بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة آل البيت

كلية إدارة المال والأعمال

قسم إدارة الأعمال

رسالة ماجستير

أثر كفاءة البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامه والخاصة : دراسة ميدانية

Impact of Efficiency of Jordanian Radio Programs in the Quality of the Services Provided by the public and private Institutions :

A Field Study

إعداد

الشريف محمد عبد الجواد محمد السيد

0720502011

المشرف الرئيسي

الدكتور وليد مجلي العواودة

المشرف المشارك

الدكتور سالم سفاح العون

2010

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة آل البيت
كلية إدارة المال والأعمال
قسم إدارة الأعمال

أثر كفاءة البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامه والخاصة : دراسة ميدانية

Impact of Efficiency of Jordanian Radio Programs in the Quality of the Services Provided by the public and private Institutions : A Field Study

إعداد
الشريف محمد عبد الجواد محمد السيد
0720502011

المشرف الرئيسي
الدكتور وليد مجلي العواودة

المشرف المشارك
الدكتور سالم سفاح العون

اعضاء لجنة المناقشة :

		التوقيع
1. الدكتور وليد مجلي العواودة	(مشرفاً رئيسياً)	....
2. الدكتور سالم سفاح العون	(مشرفاً مشاركاً)	....
3. الأستاذ الدكتور محمد هاشم السلعوس	(عضواً)	....
4. معالي الدكتور نبيل محمود الشريف	(عضواً)	....
5. الدكتور زياد الصمادي	(عضواً)	....

قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال في كلية إدارة المال والأعمال في جامعة آل البيت .

نوقشت وأوصى بإجازتها بتاريخ : 2010/1/11 .

الإهداء

إلى عميد آل البيت الأطهار جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين المعظم حفظه الله ورعاه الذي كان الفضل لله ولجلالته في إكمال دراستي لنيل شهادة الماجستير...

إلى حضرة صاحب السمو الملكي سمو الأمير على بن نايف حفظه الله ورعاه، وكذلك إلى حضرة صاحب السمو الملكي سمو الأمير رعد بن زيد كبير الأمناء على متابعته الحثيثة وا هتمامه لانهاء هذه المرحلة الدراسية وإلي السادة دائرة الأشراف الديوان الملكي الهاشمي العامر...

إلى أسرتي إلى والدي سيادة الشريف عبد الجواد بن محمد بن السيد الحسني، ونبع الحنان أمي التي ما توانت لحظة عن رفع معنوياتي ودعواتها لي في شتى الظروف التي كنت أواجهها، أطال الله في عمرهما ومتعهما بموفور الصحة والعافية...

إلى أخي العزيز الشريف أحمد وأخواتي العزيزات الشريفة أمل، والشريفة شيماء، والشريفة مروه، والشريفة صفاء اللواتي تسعد بهم روحي حين أراهم...

إلى الأصدقاء والزملاء وكل من وقف الى جانبي في هذه المرحلة، واخص بالذكر الأخ والزميل عمر الحراحشة على ما قدمه لي من مساعدة في إخراج هذا العمل على أكمل وجه...

إلى كل المستفيدين والقراء ......

أهدي إليهم هذا الجهد المتواضع ....

الشريف محمد عبد الجواد محمد السيد الحسني

شكر وتقدير

بسم الله والحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا محمد رسول الله الرحمة المهداة وعلى آله وصحبه ومن سار على هداه الى يوم الدين .

بعد أن فرغت من هذه الدراسة يشرفني أن أتقدم بخالص شكري وتقديري لكل مـــن أعانني لإتمام هذه الدراسة، وأخص بالشكر الدكتور وليد مجلي العواوده،المشرف الرئيس على هذه الرساله والدكتور سالم سفاح العون،المشرف المشارك عليها، اللذين لم يبخلا عليّ بتقديم النصح والارشاد، وتقديم المشورة العلمية، والتنقيح، والتصحيح لتحقيق الأفضل، كما وأقـــدم خالص شكري وتقديري لأعضاء لجنة المناقشة الكرام مع تـــشريفهم لي بمناقـــشة محاورهـــذه الرسالة، كماو أتوجه بشكري وعرفاني إلى أساتذة القسم كافة لما بذلوه من جهد ورعاية وفي مقدمتهم الدكتور عميد كلية المال والأعمال.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأساتذة المحكمين الذين تفضلوا بتحكيم اســـتبانة الدراســـة، وأخص بالذكرمنهم الأستاذ الدكتور محمد هاشم السلعوس،ومعالي الـــدكتور نبيـــل محمـــود الشريف وزير الدولة لشؤون الإعلام والاتصال، الناطق الرسمي باسم الحكومة، وســـعادة الأخ الدكتور بكر خازر المجالي – دائرة الإعلام في الديوان الملكي الهاشمي العامر، والدكتور ذيـــاد الصمادي والدكتور قاسم العواقلة على ما قدموه لي من مساعدة وتوجيه.

والشكر موصول للقائمين على البرامج الإعلامية الإذاعية الأردنية البث المباشر، و بصراحة مع الوكيل، والبرنامج المفتوح إف إم الأمن العام، و صوت حياة إف إم، للمساعدة التي قـــدموها في إرشادي وتوجيهي في الحصول على المعلومات والبيانات الرسمية، كما لا يفوتني أن أتقـــدم بشكري وتقديري زملائي في العمل على مساعدتي في المواظبة على حضور محاضراتي أثناء فترة الدراسة وعلى اهتمامهم وتشجيعهم المتواصل لي.

والله الموفـــــق

قائمة المحتويـــــــــــــــــــات

قائمـــــــــــــة الجـــــــــــداول

قائمـــــــــة الأشـــــــكال

قائمـــــــــــــة المـــــــــــــلاحق

الملخص

أثر كفاءة البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامه والخاصة

دراسة ميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى تقدير أثر كفاءة البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامه والخاصة ، وقد تناولت ثلاثة أبعاد (مؤشرات) للبرامج الإذاعية الأردنية، هي: آلية طرح الشكاوي وتناولها، وإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، وكفاءة القائمين على البرامج الإذاعية الأردنية، وثلاثة أبعاد (مؤشرات) لقياس جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة هي: الاستجابة، والأمان، والمصداقية.

تكون مجتمع الدراسة من المواطنين الذين طرحوا مشكلاتهم على المؤسسات العامة والخاصة من خلال أربعة برامج إذاعية، و اعتمد الباحث أسلوب المسح بالعينة لدراسة مجتمع الدراسة وتحليله، مستخدماً الاستبانه وسيلةً للحصول على البيانات الرئيسة.

تم توزيع (375) نسخة من استبانه الدراسة، استرد الباحث منها (360) نسخة،ولم يكن صالحاً منها للدراسة سوى (348) تم إخضاعها للتحليل الإحصائي، وقد تم استخدام عددا **من** الأساليب الإحصائية منها، الأسلوب الوصفي، والانحدار المتعدد.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: تتمتع كفاءة البرامج الإذاعية بدرجة عالية (3.83)، حيث احتلت آلية طرح الشكاوي وتناولها المرتبة الأولى، تلاها كفاءة القائمين على البرامج، ثم إمكانية الحصول على الخدمة. أيضاً تتمتع المؤسسات العامة والخاصة بمستوى تقديم خدمات عال،(3.52) حيث جاء المتوسط لبعد المصداقية بالمرتبة الأولى، يليه الأمان، ثم الاستجابة. وفيما يتعلق بالأثر كان متغير آلية طرح الشكاوي الأكثر أثراً في الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة بدرجة تأثير (0.572)، تلاه متغير كفاءة

القائمين على البرامج الإذاعية (0.295)،وأخيراً متغير إمكانية الحصول على الخدمة (0.186). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين البرامج الإذاعية الأردنية، وبين أبعاد الجودة المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبدرجة ثقة (95%).

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من التوصيات مقدمة للشركات التي تعرضت للشكاوي، وللباحثين بغية اجراء بحوث مستقبلية وذلك بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها.

<u>الكلمات المفتاحية</u>: البرامج الإذاعية، المذيع، المسؤول، الجودة.

1 الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

2-1 أهمية الدراسة

3-1 أهداف الدراسة

4-1 مشكلة الدراسة

5-1 فرضيات الدراسة

6-1 مخطط الدراسة

7-1 التعريفات الإجرائية

8-1 خطة الدراسة

1 الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

تُعبر البرامج الإذاعية عن واقع الحياة الاجتماعية وتعكس المشكلات التي يعـــاني مهنـــا المتلقين، محاولة تحقيق رغبات الأفراد وإحداث التأثير المطلوب منهم، وأصبح لها دور انـــساني واجتماعي يفرض عليها ضرورة السعي الدائم وراء كل تطور، وجديد.

وتؤدي هذه البرامج الإذاعية دوراً كبيراً في التوعية، والتثقيف، ونشر العلم والمعرفـــه، الى جانب قيامها بدور رئيس في جودة الخدمات المقدمة من قبل منظمـــات الأعمـــال وتطويرهـــا وتنميتها، مما دفع البعض الدول إلى سن تشريعات ملائمة، لتشجيع البرامج الإذاعية على تحـــسين جودة الخدمات التي تقدمها للمواطن، باعتبارها إحدى الأدوات الأساسية التي يعول عليها في حـــل المشكلات التي تواجهه.

ونظرا لما حققه الإعلام من نجاحات و نتيجة التقدم التكنولـــوجي، وثـــورة الاتـــصالات والمعلوماتية، أصبح يحتل أهمية بالغة في التأثير على اقتصاديات الدول وخصوصا فـــي جانـــب الخدمات التي يقدمها.

والمملكة الأردنية الهاشمية كغيرها من الدول ازدادت فيها أهميـــة البـــرامج الإعلاميـــة الإذاعية المرئية والمسموعة في السنوات الأخيرة باعتبارها مصدراً من مصادر الإعلام في إحداث التنمية الاقتصادية في المجتمع الأردني، وعليه تم تأسيس هيئة الإعلام المرئي والمسموع منتصف

العام 2003 بموجب قانون صدر في عام 2002، منحت هذه الهيئة تـراخيص للبـث الإذاعـي للشركات الخاصة.[1]

تمارس هيئة الإعلام المرئي والمسموع الأردنية انشطتها تحت شعار "نحو إعلام حـر"، مركزةً على الجانب الاقتصادي في سعيها إلى مزيد من الإستثمارات، وتحفيز القطاع الخاص على الاستثمار في قطاع الإعلام، ويبدو هذا الأمرواضحا في فرضها رسوماً على الإذاعات الخاصـة التي تتعامل مع الشأن السياسي تعادل ضعف الرسوم المفروضة على الإذاعـات الترفيهيـة،[2] وتعمل على تفعيل دور البرامج الإعلامية في الجوانب الاقتصادية، وبخاصة تلك التي تتعلق بحل المشكلات وإزالة المعوقات واستقبال الشكاوى وبثها مباشرة إلى المسؤولين المعنيين .

ونتيجة لهذا التوجه، أصبحت المملكة الأردنية الهاشمية من الدول التي تسعى إلـى دعـم البرامج الإعلامية الاذاعية المسموعة والمرئية لتقوم بدورها تجاه الوطن والمـواطن ومنظمـات الأعمال والعمل على تلبية شكاوى المواطنين، وتقديم الخدمات لهم بما يتناسب وطبيعة عمل هـذه البرامج.

ونظراً لأهمية البرامج الإذاعية في إدراك تجاوزات المنظمات التي تتعامل مباشرة مـع الجمهور في القطاعات الاقتصادية والخدمية المختلفة، فقد تم بناء ثلاثة أبعـاد رئيـسة للبـرامج الإذاعية هي: آلية طرح الشكاوي وتناولها، وإمكانية الحصول على الخدمـة الإذاعيـة، وكفـاءة القائمين على البرامج الإعلامية الإذاعية، من خلال اعتماد الإطار النظري والدراسات السابقة.

---

1 - http://www.anhri.net/jordan/cdfi/2005/pr0115.shtml 11/9/2009, 10:50 Pm .

2 - http://www.anhri.net/jordan/cdfi/2005/pr0115.shtml 11/9/2009, 10:50 Pm .

أما قياس جودة الخدمات المقدمة، وعلى عكس جودة السلع، والتي يمكن قياسها بواسطة مؤشرات موضوعية مثل المتانة، والإنتاج ، إلا أن جودة الخدمات هي مجردة وصعبة القياس بسبب عدم الملموسية ، والتباين أو عدم التجانس، وتلازم الإنتاج والاستهلاك. وفي ظل غياب مقاييس موضوعية، كان المنهج في تقييم جودة الخدمات هو بقياس توقعات العملاء للجودة، ولكن لا يتوفر مقياس كمي لقياس هذه التوقعات، فقد اعتمد **(Parasuraman, Zeithaml & Berry,1985)** جملة أبعاد لقياس جودة الخدمات اختار الباحث ثلاثة منها تتناسب مع موضوع الدراسة هي: الاستجابة، والأمان، والمصداقية، من خلال الاعتماد الإطار النظري والدراسات السابقة.

1-2 أهمية الدراسة تتمثل أهمية الدراسة في معرفة :

أ- قدرة الدراسة في إبراز دور البرامج الإذاعية وكفاءتها على التأثيرفي جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

ب- أهمية تلك المؤسسات في الاقتصاد الوطني الأردني.

ت- وأهمية توظيف الإعلام بشكل يخدم المجتمع والمؤسسات المختلفة بما يتلائم مع احتياجات الوطن والمواطنين.

ث- تسليط الضوء على كفاءة البرامج الأردنية وقدرتها على التأثيرفي جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامه والخاصة ،وهو موضوع لم يتم التطرق إلية سوى عدد قليل من الباحثين الأردنيين.

وانطلاقاً من شكاوى المواطنين عبر الإذاعات الأردنية تتناول الدراسة الجوانب الايجابية والسلبية لنشاط المؤسسات المختلفة، وتستمد اهميتها في توضيح الدور الذي تقوم به تلك المؤسسات من خلال عرض آراء على الهواء مباشرة، مما يمكن ان يؤدي إلى الحد من السلوكيات السلبية

للمؤسسات في تعاملها من الناس (إن وجدت) وبالتالي المساهمة في رفع كفاءة القائمين عليها، والحد من النظرة السلبية لها، وتثمين الدور الذي تقوم به الإذاعات في الاردن.

تُعد هذه الدراسة مهمة لصانعي القرار في مؤسسات القطاع العام والخاص، لغايات تحسين جودة الخدمات في تلك المؤسسات، والعمل على سن تشريعات تدعم دور البرامج الإذاعية وتعززة، اضافة إلى حث صانعي القرار في المؤسسات المختلفة على العمل على متابعة الشكاوى الخاصة بمؤسساتهم لتحسين جودة خدماتها.

1-3 أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الأثر الذي تتركه البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة، وتهدف الدراسة كذلك إلى التعرف على:

1. مستوى جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.
2. أثر آلية طرح الشكاوي وتناولها في جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة.
3. أثر إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية في جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة.
4. كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة.

1-4 مشكلة الدراسة:

تتحصر مشكلة الدراسة في البرامج الإذاعية الأردنية التي تبث على الهواء مباشرة في اذاعة المملكة الأردنية الهاشمية وإذاعات إف إم المنتشرة في عمان، حيث غدت شبه ما يكون بملاذ للمتلقي الذي يعاني من مشكلات بسبب عدم قيام بعض المؤسسات العامة والخاصة بتلبية احتياجاته.

وتحاول هذه الإذاعات معرفة المشكلات التي يعاني منها المستمعون للتأثير على تلك المؤسسات من اجل تقديم خدمات فضلى لهم وحل مشكلاتهم معها.

وتسعى هذه الدراسة لمعرفة الجهود التي تبذلها الإذاعات ومدى النجاحات أو الاخفاقات التي وصلت إليها، محاولة الوقوف على آراء المستمعين للمساعدة من خلالها على تصويب أوضاع تلك المؤسسات.

اسئلة الدراسة :

1. ما مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة للمواطنين ؟
2. ما الأثر الذي تركته شكاوى المواطنين على جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة ؟
3. ما الأثر الذي تتركه إمكانية حصول المواطن على الخدمة الإذاعية في جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة ؟
4. هل لكفاءة القائمين على البرامج الإذاعية أثر في جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة ؟

وبناء على الاسئلة المذكوره اعلاه، يمكن اختصار مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤالين التاليين:

أ- هل هناك علاقة ارتباط بين البرامج الإذاعية الأردنية وبين جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة ؟

ب- هل تؤثر البرامج الإذاعية في جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة ؟

1-5 فرضيات الدراسة :

تقوم هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبرامج الإذاعية التي تبث على الهواء مباشرة، ممثلة بأبعادها (آليـــة طرح الشكاوي ومتابعتها، امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، كفاءة القائمين على هذه البرامج) في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الآتية:

أ. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لآلية طرح الشكاوي وتناولها، في جودة الخـــدمات التـــي تقـــدمها المؤسسات العامة والخاصة.

ب. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية في جودة الخدمات التـــي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة.

ج. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لكفاءة القائمين على البرامج الإعلامية الإذاعية في جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة.

6-1 مخطط الدراسة :

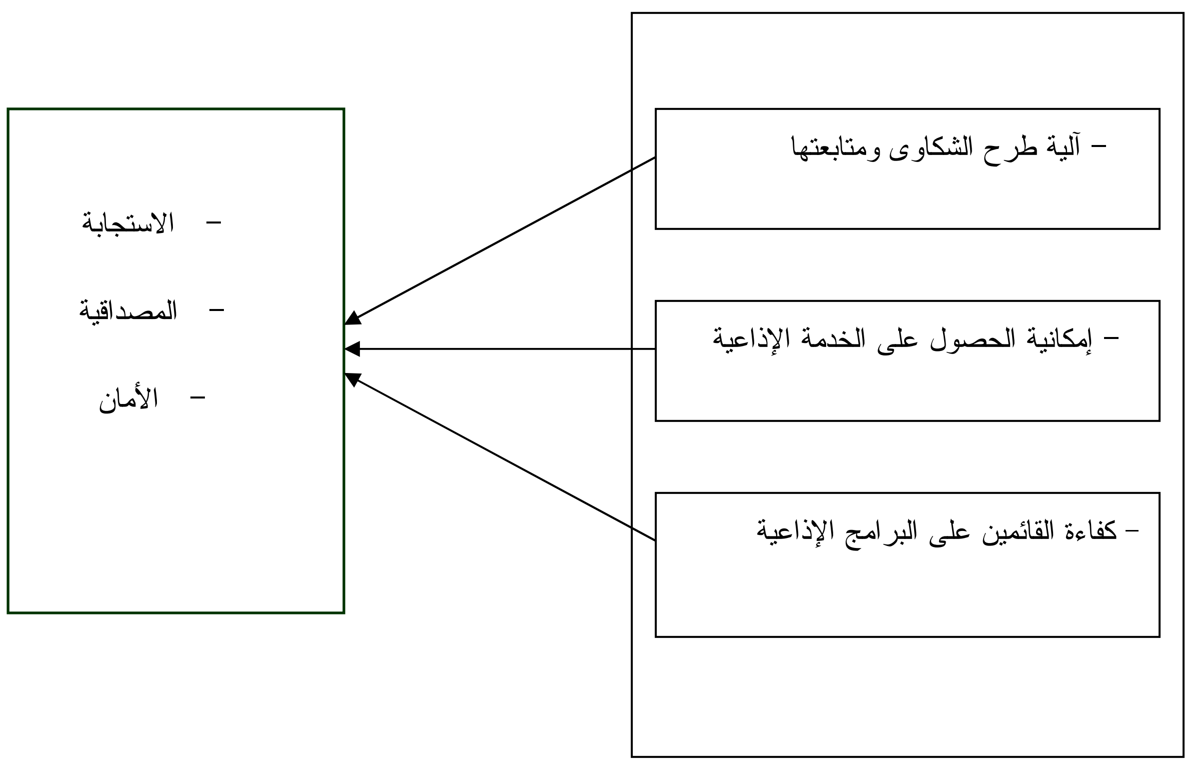
يوضح الشكل رقم (1-1) المتغيرات المستقلة، والمتغير التابع وفقاً لمخطط الدراسة:

شكل رقم (1-1)

مخطط الدراسة

المتغيرات المستقلة — **المتغير التابع**

أبعاد البرامج الإذاعية — **أبعاد جودة الخدمة المقدمة**



7-1 التعريفات الإجرائية

فيما يلي التعريف النظري والإجرائي للمصطلحات التي استخدمها الباحث في الدراسة:

- **البرامج الإذاعية :**

هي البرامج الإذاعية المسموعة التي تبثها إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية، وإذاعات إف إم المنتشرة في عمان، على الهواء مباشرة، وهي البرامج التي تُعنى بحل مجموعة من المشكلات التي يعاني منها بعض المستمعين في الاردن [3].

- **المذيع:**

هو الشخص الذي يقدم البرنامج الإذاعي المسموع على الهواء مباشرة ويكون همزة وصل بين المستمع والمسؤول [4].

- **المسؤول :**

هو الفرد الذي يحمل شخصية أعتبارية تمثل مؤسسة معينة، ويتمتع بالقدرة على إصدار القرارات أو إلغائها، ومدير مؤسسة لها هيكلها التنظيمي، مثل وزير، أو مدير، أورئيس جامعة أو غير ذالك[5].

- **الجودة:** هي تميز السلعة التي تنتجها أو الخدمة التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة في الأردن شكلا ومضموناً[6].

3- محمد هاشم السلعوس،**واقع برنامج البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية:** دراسة في الإعلام الإذاعي،مجلة كلية التربية، جامعة المستنصرية – بغداد، العدد الأول، 1998 ص 75.

4– المرجع نفسه، ص 75.

5– المرجع نفسه، ص 75.

- **مؤشرات (أبعاد الجودة):**

يعتمد الباحث تصنيف (Parasuraman et. Al, 1988) لأبعاد جودة الخدمات،وقد تم اختيار ثلاثة أبعاد منها، تناسب موضوع هذه الدراسة، وهي [7] :

1. الاستجابة:

التركيز على تحقيق الاستجابة العالية والسريعة للمتغيرات في بيئة المؤسسات الإنتاجية والخدمية، وهذا يتطلب من المؤسسة امتلاك المرونة الكافية للاستجابة لهذه المتغيرات في منظومة التطور الاقتصادي والاجتماعي، وتكون الاستجابة العالية والسريعة بالتركيز على عناصر البيئة الخارجية، ومتطلبات البيئة الداخلية التي تتحقق بتوفير الكادر الفني والإداري الكفؤ، وتوفير جميع المستلزمات المالية والمادية، ووضع خطط لسير العملية الإنتاجية التي تقع مسؤولياتها على إدارة المؤسسة[8].

2. الضمان (الأمان) :

توفير الخدمة للعميل في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان، لان العميل يميل غالبا إلى تفضيل المؤسسة التي توفر له درجة فضلى من الأمان. ويلاحظ أن الأنظمة والقوانين في دول العالم تركز على جوانب الأمان المختلفة مثل منع السرقات وحوادث الاعتداء والمتاجرة في الممنوعات وغيرها[9].

---

[6] -محمد هاشم السلعوس،**واقع برنامج البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية:** دراسة فـي الإعـلام الإذاعي، مرجع سابق، ص 75.

[7]- A. Parasuraman، Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry "**A conceptual Model of Service Quality and its Implications For Future Research** "Journal of Marketing ، Vol.49،Fall ، 1985 ، PP 41-50.

[8] – سوسن مجيد و محمد الزيادات، **إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم،** ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2007، ص51.

[9]- المرجع نفسه، ص 51.

3. المصداقية:

ويقصد بها مصداقية المؤسسة،ومدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها وتعهداتها للعميل، وهو بعد مهم جدا في تحقيق الجودة، وتبرز مصداقية المؤسسة في مدى تلبية وتحقيق ما وعدت به في إعلاناتها ووعودها المقطوعة في نشراتها[10].

1- 8 خطة الدراسة:

تتضمن الدراسة خمسة فصول، منظمة على الشكل الآتي:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

و يتناول تمهيداً للدراسة، وتحديداً لمشكلتها، وعناصرها، والتعريف بمصطلحاتها نظريا وإجرائيا، وفرضياتها وأهدافها ومحدداتها، و مخططها، إضافة إلى احتواء هذا الفصل تمهيد لتنظيم الرسالة في الفصول اللاحقة.

الفصل الثاني : منهجية الدراسة والدراسات السابقة

يشتمل هذا الفصل على مبحثين، يتناول الأول منها، توضيح كيفية تصميم الدراسة، وطرق جمع البيانات، ومجتمع الدراسة، وعينتها، والاختبارات الخاصة بأداة القياس (الاستبانه)، والأساليب الإحصائية المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة المستقلة والمتغير التابع، و محددات الدراسة، وتقع الدراسات ذات الصلة التي انطلقت منه الدراسة الحالية في المبحث الثاني.

الفصل الثالث: الإطار النظري الذي انطلقت من الدراسة

يشتمل هذا الفصل على مبحثين يتناول الأول منها، الإطار النظري للإعلام والبرامج الإذاعية وانماطها بشكل عام، والبرامج الإذاعية الأردنية وآليات عملها وإمكانية الحصول عليها

---

10 – سوسن مجيد و محمد الزيادات، **إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم**، مرجع سابق، ص42.

واهميتها بشكل خاص، كما يتضمن هذا المبحث نظريات التأثير الإعلامية. ويتناول المحبث الثاني جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات من حيث مفهوم جودة الخدمات، وأهميتها، وأبعادها، والعلاقة بين البرامج الإذاعية وجودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

الفصل الرابع : المعالجة الإحصائية واختبار الفرضيات

يشتمل هذا الفصل على عرض النتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

ويتضمن هذا الفصل مناقشة النتائج التي توصلت لها الدراسة، واقتراح بعض التوصيات التي توصل إليها الباحث بناء على ذلك.

2 الفصل الثاني

منهجية الدراسة والدراسات السابقة

المبحث الأول : منهجية الدراسة

2–1 تصميم الدراسة

2–2 مصادر جمع البيانات

2_2_1 البيانات الثانوية

2_2_2 البيانات الأولية

2–3 مجتمع وعينة الدراسة

2–4 أداة الدراسة

2–5 الاختبارات الخاصة بأداة القياس (الاستبانه)

2–5–1 صدق الأداة Instrument Validity

2–5–2 ثبات الأداة Instrument Reliability

2–6 محددات الدراسة

2–7 الأساليب الإحصائية المستخدمة

2–7 –1 الأساليب الوصفية

2–7 –2 اختبار الانحدار المتعدد Multiple Regression

2–7 –3 قياس معامل الثبات الداخلي للاستبيان كرونباخ ألفا Cronbach – Alpha

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

2-2-1 الدراسات العربية

2-2-2 الدراسات الأجنبية

2-2-3 ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة

2 الفصل الثاني

منهجية الدراسة والدراسات السابقة

المبحث الأول: منهجية الدراسة

2-1-1 تصميم الدراسة :

استخدم الباحث التصميم الوصفي، والتحليلي، والميداني، و يُعد التصميم الوصفي (Descriptive Design) من أفضل التصاميم لهذه الدراسة، انطلاقاً من الاهداف التي تسعى اليها فهي تحاول وصف الظاهرة موضوع البحث، والتعرف على العلاقات بين المتغيرات وبينها، و تهدف هذه الدراسة إلى تحليل آراء العينة الدراسة حول المتغيرات التي تتطمنها، وفقاً للأساليب الإحصائية التي تحتاج إليها، وأما بالنسبة إلى التصميم الميداني فقد تم الاتصال مع عينة الدراسة، وتم توزيع (375) نسخة من الاستبانه على المستمعين المشتكين، من الذين أبدوا استعداهم للمشاركة في هذه الدراسة، وقد استرد الباحث (360) استبانه منها أي ما تبلغ نسبته (96%) من مجموع الاستبيانات الموزعة، وقد تم استبعاد (12) استبانه غير صالحة للتحليل الاحصائي، وبذلك يبلغ عدد الاستبيانات المستوفية شروط التحليل (348) استبانةً، وتمثل (97%) من مجموع الاستبيانات المستردة، وهي نسبة تفي بالغرض لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة.

2-1-2 مصادر البيانات

يعتمد الباحث على المصادر الآتية لجمع البيانات:

أولاً: البيانات الثانوية:

- **إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية**، حيث أعتمد عليها للحصول على قائمة بأسماء المواطنين المشتكين وأرقام هواتفهم من أرشيف برنامج البث المباشر.

- **إذاعة حياة،** حيث أعتمد عليها للحصول على قائمة بأسماء المواطنين المشتكين وأرقام هواتفهم من أرشيف برنامج صوت حياة إف إم.
- **القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية،** حيث أعتمد عليها للحصول على قائمة بأسماء المواطنين المشتكين، وأرقام هواتفهم من أرشيف برنامج بصراحة مع الوكيل.
- **مديرية الأمن العام،** حيث أعتمد عليها للحصول على قائمة بأسماء المواطنين المشتكين وأرقام هواتفهم من أرشيف البرنامج المفتوح إف إم الأمن العام.

كما اعتمد الباحث في المسح النظري على (كتب ومراجع ودوريات علميةً، ومواقع الإنترنت)، لها علاقة بالإعلام، وجودة الخدمات، وذلك لتغطية الجانب النظري للدراسة.

ثانياً: البيانات الأولية:

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات الأولية، على تصميم استبانه لجمع البيانـــات عــن متغيرات الدراسة، وفقاً للمخطط المعتمد في الدراسة (شكل رقم (1))، كما اســتخُدم مقيـــاس ليكرت الخماسي لتحديد قيم وأوزان الاستجابات.

3-1-2 مجتمع وعينة الدراسة:

تناولت الدراسة الحالية جميع المواطنين المشتكين من خلال الدورات البرامجية لأربعة برامج إذاعية هي (بصراحة مع الوكيل، والبث المباشر، البرنامج المفتوح إف إم الأمن العام، وصوت حياة). وتم اختيار شهرين من العام 2009م من كل برنامج ، وذلك حسب توافر البيانات الخاصة بالمواطنين المشتكين في أرشيف تلك البرامج.

وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين المشتكين من خلال تلك البرامج وقت تنفيذ هذه الدراسة، ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول الى كافة مفرداته، وعدم احتفاظ بعض البرامج بأرشيفها لدورة براميجية كاملة، فقد اعتمد الباحث أسلوب المسح بالعينة لتنفيذ هذه الدراسة، التي تم تحديد حجمها بالاعتماد على حجم المجتمع والخطأ المسموح به، وفي هذا المجال قدم (Sekaran, 2003: 294)، جدولاً يسهل عملية اتخاذ قرار بتحديد حجم العينة اعتمادا على حجم المجتمع وهامش الخطأ المسموح به (5%).

وحسب هذا الجدول فإنه إذا بلغ حجم المجتمع (15000) مفردة فإن حجم العينة يبلغ (375) مفردة، وإذا بلغ حجم المجتمع (20000) مفردة فإن حجم العينة يبلغ (377) مفردة. وفي هذه الدراسة بلغ حجم المجتمع عددهم (17600)[11]، وبالمقارنة بين حجم المجتمعين المشار إليهما في جدول (Sekaran, 2003: 294)[12] تم اختيار حجم المجتمع الأول لأنه الأقرب عدداً إلى مجتمع الدراسة، والأكثر تمثيلاً ومصداقية- أي أن حجم العينة في هذه الدراسة يبلغ (375) مشتكياً- طرحوا مشكلاتهم على المؤسسات في هذه البرامج، ويوضح الجدول رقم (2-1) يوضح أعداد الاستبانات الموزعة والمستردة والقابلة للتحليل الإحصائي على النحو الآتي:

11- أرشيف البرامج الإعلامية الإذاعية الأردنية خلال دورة برامجية كاملة.

12 - Sekaran, Uma " **Research Methods For Business: A Skill-Building Approach**, 4th Ed, John Wiley &

جدول رقم (2-1)

الاستبيانات الموزعة والمستردة والقابلة للتحليل الإحصائي

الصنف	العدد	النسبة المئوية %
الاستبيانات الموزعة	**375**	**100**
* الاستبيانات المستردة	360	96
* الاستبيانات غير المستردة	15	4
* الاستبيانات المستردة	360	100
* الاستبيانات غير المستوفية لشروط التحليل الإحصائي	12	3.33
* الاستبيانات المستوفية شروط التحليل الإحصائي	348	96.66

2-1-4 أداة الدراسة:

صمم الباحث أداة الدراسة (الاستبانة) معتمداً على كتب ودراسات وابحاث علمية لها صلة بموضوع دراسته، مستفيداً من الدراسات السابقة في إعدادها ، وتتكون الإستبانة من ثلاثة أجزاء:

الجزء الأول، ويتضمن جمع البيانات عن الخصائص الديمغرافية للأفراد المشاركين بالدراسة والخاصة : بالنوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، ومكان العمل، ومكان السكن، وتبعية المؤسسة، وأسم البرنامج الذي قدمت الشكوى من خلاله، وطبيعتها.

الجزء الثاني، ويشمل أسئلة تتعلق بمدى كفاءة البرامج الإذاعية الأردنية وأبعادها، وتمت الإفادة من أدوات القياس في دراسات (السلعوس، [13] 1998، و[14]2008)، و(سلطان أبو حسان [15] ،2008). وقد جاءت أبعاد البرامج الإذاعية على النحو الآتي:

---

[13]- محمد هاشم السلعوس، **واقع برنامج البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية**، دراسة في الإعلام الإذاعي المنشورة في مجلة كلية جامعة المستنصرية بغداد في العدد الأول عام 1998.

[14] - محمد هاشم السلعوس،**برنامج بصراحة مع الوكيل همزة وصل بين المواطن والمسئول**، جامعة اليرموك كلية الصحافة والإعلام الأردن 2008.

[15]- أبو حسان، سلطان فارس سليم، **دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.

1. **آلية طرح الشكاوي وتناولها،** تم قياسها من خلال اعتماد البرامج الإذاعيـــة علـــى آليـــة متطورة في طرح الشكاوي ومناقشتها، وهي آلية تتمثل اما بالاتصال مباشرة مع البرنامج أو بواسطة البريد الالكتروني. وتناقش البرامج الإذاعية المشكلات التي يعاني منها الوطن والمواطن، وتركزعلى التفاصيل المتعلقة بالشكاوي المقدمة، وتطرح حلولاً قابلة للتطبيق ، وتُتابع البرامج الإذاعية هموم الوطن والمواطن وقضاياه المختلفة بشكل يـــومي وفعـــال، وتطرح احياناً شكاوي روتينية ومتكررة، (انظر الملحق رقم (1) الفقرات (1−6)).
2. **إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية،** تم قياسها من خلال تخصص البـــرامج الإذاعيـــة فترة زمنية كافية لتلقي الشكاوي من المواطن، ويتم تقديم البرامج الإذاعيـــة فـــي أوقـــات متنوعة تتناسب مع أوقات المستمعين، وتستضيف المسؤول عن المشكلات المعنية علـــى الهواء مباشرة ، وتتم عملية تلقي الشكاوى بيسر وسهولة لا تـــسبب ضـــيقاً أو حرجـــاً للمواطن لدى تقديم شكواه. ويُعد الإخراج العام للبرنامج الإذاعي مناسباً(صوت، ..الخ)، و مستوى أداء مقدمة جيداً ومنطقياً، (انظر الملحق رقم (1) الفقرات (1−6)).
3. **كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية،** تم قياسها من خلال ما يتمتع بـــه القـــائمون علـــى البرامج بخبرة وكفاءة عالية في تحديد موضوع الشكوى وتفهمها، ويتم التعامل مع جميـــع شكاوى المواطنين بعدالة وإنصاف، بصرف النظر عن طبيعة المؤسسة أو الشركة التي تتم الشكوى بشأنها، ويتم تعامل القائمين على البرامج مع جميع شـــكاوى المـــواطنين بعدالـــة وإنصاف بغض الطرف عن طبيعة المشتكى عليه وموقعـــه الـــوظيفي، ويـــتم اســـتقبال المكالمات الهاتفية في البرامج الإذاعية بشأن شكاوى المـــواطنين دون تـــأخير، ويتحلـــى القائمون على البرامج الموضوعية التامة في طرح الشكاوى المقدمة، (انظر الملحق رقـــم (1) الفقرات (1−5)).

4. **الجزء الثالث**، ويتضمن أسئلة تتعلق بالجودة وأبعادها، وأعتمد الباحث على مقياس(SERVQUAL)، وتمت الإفادة من أدوات القياس في دراستيْ(السلعوس، 1998، 2008) وفي دراسة (العبيلي،2006) [16]، وقد جاءت أبعاد الجودة على النحو الآتي:

1. الاستجابة: وتم قياسها من خلال أخْذ المؤسسات شكاوى المواطنين عبر البرامج الإذاعية بجدية، وتبين أنها تستجيب لحل شكاوى المواطنين بسرعة واهتمام ومسؤولية، وقد يُعزى ذلك الى حثّ مقدمي البرامج المسؤولين في المؤسسات على الحد من المماطلة في تقديم الخدمات، والعمل على زيادة حجم قدراتها على التعامل مع شكاوى المواطنين، (انظر الملحق رقم (1) الفقرات (1–5)).

2. **الأمان**، وتم قياسه من خلال تقديم العاملين في المؤسسات الخدمات للمواطنين حسب أولوية دخولهم المؤسسة ودون تجاوزات. وتوفر البرامج الإذاعية الحماية للمواطن من المؤسسات التي تقدم شكوى بحقها، ومن الأشخاص الذين يشغلون مناصب عليا في إدارات المؤسسات المعنية بالشكاوي. وهذا يعني أن المؤسسة اصبحت تقدم خدمات خالية من المخاطر، (انظر الملحق رقم (1) الفقرات (1–4)).

3. **المصداقية**، تم قياسها من خلال عمل المؤسسات على حل المشكلات بشكل عملي وفعلي، ودقة وشفافية. وقد تبين أن المؤسسات المختلفة تتحمل المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع في حل المشكلات المتعلقة بها. ويعتبر طرح المشكلات التي تواجه المجتمع في البرامج الإذاعية وسيلةً مناسبةً لإيجاد الحلول الملائمة لها، (انظر الملحق رقم (1) الفقرات (1–4)).

---

[16]- خليل إبراهيم محمد العبيلي، **مدى استفادة الأجهزة الحكومية الخدمية من البحوث الأكاديمية المعدة عنها** رسالة ماجستير في الإدارة العامة،جامعة الملك سعود المملكة العربية السعودية،2006.

2-1-5 الاختبارات الخاصة بأداة القياس (الاستبانة).

تم إخضاع أداة القياس (الاستبانه) لاختباري الصدق والثبات:

2-1-5 -1 صدق الأداة Instrument Validity :

عرض الباحث الاستبانه الأولية على الأساتذة المشرفين لمناقشة فقراتها المختلفة، وتم عرضها كذلك على عدد من الأساتذة المحكمين في حقل الإدارة والإعلام في جامعة آل البيت و اليرموك، والجامعة الأردنية والهاشمية، وعلى بعض الإعلاميين (انظر الملحق رقم 2)، للتأكد من تغطيتها لجوانب الموضوع الأساسية ووضوحها، وسلامة صياغتها ومحتوياتها. ثم عدلت الأداة بناءً على ملاحظاتهم، حيث تم حذف بعض الفقرات أو تعديل، وإضافة فقرات جديدة، وإعادة صياغة بعض الفقرات، لتصبح أكثر وضوحاً وفهماً لدى عينة الدراسة، وأكثر صدقاً في قياس موضوع هذه الدراسة.

2-1-5-2 اختبار ثبات أداة القياس (Instrument Reliability) :

تم استخدام اختبار **كرونباخ – ألفا (Cronbaches Alpha)** لاختبارها، بهدف التحقق من التجانس أو الاتساق الداخلي لأداة القياس والتأكد من ثباتها، ويظهر الجدول رقم (2 – 2) نتائج هذا الاختبار .

الجدول (2- 2)

نتائج اختبار معامل الاتساق الداخلي كرونباخ - ألفا (Cronbach - Alpha) لأداة الدراسة

المتغير	المجال	معامل ألفا
البرامج الإذاعية الأردنية	آلية طرح الشكاوي وتناولها	0.71
	امكانية الحصول على الخدمة الاذاعية	0.82
	كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية	0.66
البرامج الاذاعية ككل		0.80
جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة	الاستجابة	0.69
	المصداقية	0.75
	الأمان	0.64
جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة ككل		0.79

يلاحظ من الجدول رقم (2–2) أن أعلى قيمة لمعامل (كرونباخ–ألفا) في أبعاد البرامج الإذاعية الأردنية قد بلغ (0.82) وهو لصالح **إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية**، وبلغت قيمة هذا المعامل لآلية طرح الشكاوي وتناولها، (0.71)و(0.66) كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية على التوالي. بينما كانت أعلى قيمة لمعامل الثبات (كرونباخ–ألفا) في أبعاد جودة الخدمات هي (0.75) وهذا لصالح المصداقية، وبلغت قيمة هذا المعامل (0.69) للاستجابة، أما قيمته للامان فقد بلغت (0.64).

تعتبر النتائج السابقة مرتفعة ومطمئنة وتشير إلى ثبات أداة القياس العلمي العالي في قياس أبعاد البرامج الإذاعية الأردنية، وأبعاد جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

2-1-6 محددات الدراسة:

اقتصرت الدراسة على البرامج الإذاعية الأردنية التي تبث على الهواء مباشرة صباح كل يوم وهي: برنامج البث المباشر، وبرنامج بصراحة مع الوكيل، والبرنامج المفتوح الأمن العـــام، وبرنامج صوت حياة إف إم .

1) **المحددات المكانية:**

تشمل كافة المؤسسات العامة والخاصة التي تم تسجيل شكاوى بحقها في هذه البـــرامج فـــي العاصمة عمان. وذلك بسبب أن الثقل الاقتصادي يقع فـــي العاصـــمة عمـــان وان الكثافـــة السكانية فيها أعلى من المحافظات الأخرى.

2) **المحددات الزمانية:**

تم اختيار شهرين فقط من أشهر فترات الدورة البرامجية للعام الحالي 2009 التـــي تناولت فيها البرامج مشكلات القطاع العام والخاص، وذلك بسبب عدم توافر البيانات عـــن المشتكين، وعدم الاحتفاظ بها في أرشيف بعض البرامج الإذاعية لفترة زمنية كافية، ولـــذلك تناول الباحث أشهر من دورات مختلفة، وحسب توافرها لدى البرنامج نفسه علما بأن فتـــرة الدورة قد أصبح مفتوحا على مدار العام، ولم تحدد بأربعة أشهر كما كـــان ســـابقاً بـــسبب المخصصات المالية لكل دورة برامجية.

2-1-7 المعالجة الإحصائية

تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1- **الأساليب الوصفية** : تم احتساب النسب المئوية، والتكرارات، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المختلفة لعرض وتبويب وقراءة أهم ملامح وخصائص أفراد عينة الدراسة، حيث تم احتساب المتوسطات الحسابية لكل سؤال من الأسئلة المكونة للبعد الواحد كل على حده، ثم بعد ذلك تم احتساب المتوسط الحسابي للبعد ككل، ويبين الجدول الآتي معيار مقياس التحليل الذي تم على أساسه تحليل قيم المتوسط الحسابي.

معيار مقياس التحليل

المتوسط الحسابي	الدرجة
2.49 - 1	ضعيفة
3.49 - 2.5	متوسطة
5 – 3.5	عالية

تقسيم فئات الوسط الحسابي اعتماداً على مقياس ليكرت الخماسي.

2- **الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)** : لمعرفة اثر أبعاد البرامج الإذاعية في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

3- **قياس معامل الثبات** الداخلي للاستبيان **كرونباخ – ألفا (Cronbach – Alpha)** : واستخدم هذا الاختبار لقياس درجة المصداقية في إجابات المبحوثين على فقرات الاستبانة، إذ يعتمد على قياس مدى الثبات الداخلي لعبارات الاستبانة .

ولقد استخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences- SPSS) في إجراء هذه الاختبارات.

المبحث الثاني

الدراسات السابقة

تتبع الباحث الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة قبل البدء بإعدادها، حيث قام بمراجعة الدراسات الميدانية الأردنية، والعربية، والأجنبية، التي تهتم بأثر البرامج الإذاعية في جودة الخدمات، فتبين أن عدد الدراسات الأردنية والعربية، عدد محدود في هذا المجال . وقد تناولت هذه الدراسة عدداً من المتغيرات الواردة في تلك الدراسات، وتمت الإفادة منها . أما بالنسبة للدراسات الأجنبية، فقد وجد الباحث عدداً من الدراسات في هذا المجال،وقد حاول الباحث تطبيق متغيرات الدراسات الأردنية، والعربية، والأجنبية لاستكشاف أثر كفاءة البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

2-2-1 الدراسات العربية:

1. دراسة: (السلعوس، 2008) بعنوان[17] :

"برنامج بصراحة مع الوكيل، همزة وصل بين المواطن والمسؤول"

وهي دراسة ميدانية، هدفت إلى التعرف على طبيعة المشكلات التي تم عرضها من خلال برنامج "بصراحة مع الوكيل" وأسباب الاستماع إليه، ومعدلات المستمعين لهذا البرنامج ، واستخدمت الاستبانه أداةً للحصول على البيانات.

وخلصت الدراسة إلى أن كل أفراد العينة يستمعون إلى برنامج "بصراحة مع الوكيل" وكانت نسبتهم 61.1% منهم يستمعون للبرنامج بشكل دائم، و23.1% منهم يستمعون اليه أحياناً، و15.8% منهم نادراً ما يستمعون إليه، وأن الأسباب التي تدفع المستمع إلى الاستماع إلى هذا البرنامج تتمثل في الرغبة.

---

[17]– محمد هاشم السلعوس، **برنامج بصراحة مع الوكيل همزة وصل بين المواطن والمسئول**، بحث ميداني في الإعلام الإذاعي، جامعة اليرموك كلية الصحافة والإعلام، الأردن، 2008.

2. دراسة: (القضاة، وخميس، 2008) بعنوان [18] :

"الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي"

وهي دراسة ميدانية، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة والصورة الذهنية الموجودة لديهم عن كل من قناة الجزيرة الفضائية وقناة الجزيرة الدولية التي تبث باللغة الانجليزية، وتقييمهم للقناتين من حيث درجة المصداقية وقدرتهما على تقديم اخبار صادقة ودقيقة، بالاضافة الى مدى جاذبية القناتين وشعبيتهما لدى الجمهور واثرهما في شهرة قطر وصورتها على الساحتين العربية والعالمية . وقد اشتملت الدراسة على عينة مكونة من (551) مفردة من طلبة جامعتيْ قطر واليرموك الاردنية.

وتوصلت الدراسة إلى وجود اثر للخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة على الصورة الذهنية الموجودة لديهم عن كل من قناة الجزيرة الفضائية وقناة الجزيرة الدولية .

3. دراسة: (أبو حسان، 2008) بعنوان[19]:

"دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي"

وهي دراسة ميدانية، هدفت الى التعرف على دور التلفزيون الاردني في خدمة المجتمع المحلي من وجهة نظر مشاهدي التلفزيون الاردني وماهية البرامج والانماط البرامجية المختلفة التي يفضل أفراد عينة الدراسة مشاهتها تبعاً لمتغير العصر.

---

[18]-محمد القضاة، سحر خميس، **الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي**: دراسة ميدانية على طلبة جامعتي قطر واليرموك ، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية ، مجلد(1)، العدد(1)، 2008، ص 28- 66.

[19]– أبو حسان، سلطان فارس سليم، **دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.

وقد أظهرت النتائج بأن نسبة عدد المشاهدين الذين يرون أن التلفزيون الأردني ينقل هموم الوطن والمواطن بلغت 30% ونسبة الذين يرون بأن التلفزيون لا ينقل هموم الوطن والمواطن 10.3%. كما أشارت نتائج الدراسة أن التلفزيون الأردني يخدم أفراد المجتمع المحلي بإعلامهم بالقضايا والأحداث الداخلية التي تلامس همومهم.

4.دراسة: (فيصل آل ثاني، 2006) بعنوان[20]:

إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية ما بين (2004– 2006)

وهي دراسة ميدانية، هدفت الى تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية على قناة (الجزيرة) الفضائية في قطر، وقد تمثل مجتمع البحث في مسؤولي الإدارة العليا بقناة (الجزيرة)، والذين بلغ عددهم (50) مسؤولا، واستعان الباحث بأسلوب تحليل الشخصية؛ إذ تم سؤال المبحوثين حسب الجنس، والفئة العمرية، والحالة الاجتماعية، والمستويين التعليمي و الوظيفي، وحسب مكان الميلاد. وكان من أبرز نتائجها، أن غالبية المبحوثين أفادوا بأنهم يوافقون على أن قناة (الجزيرة) تطبق التخطيط الإستراتيجي، وتهتم برأي العميل، وتبني سياساتها على مستوى مهني عالٍ، اما من حيث مستوى الأداء فقد أجاب المبحوثين بأن مستوى الأداء في قناة الجزيرة متوسط.

---

20 – فيصل بن جاسم الأحمد آل ثاني، **إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية ما بين (2004– 2006)**، رسالة ماجستير،جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2006.

5.دراسة: (المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية، 2003) بعنوان [21]:

الإعلام التلفزيوني الفضائي

شملت الدراسة خمسة بلدان عربية هي مصر، والسعودية، والكويت، والإمارات، وتونس،وأجريت على عينة قوامها (4624) مفردة. ومن أبرز نتائجها، أن هناك إقبالا على متابعة القنوات الفضائية بشكل عام، والقنوات الإخبارية بشكل خاص، وأن القنوات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها، هي الجزيرة (44%)، دريم1 المصرية (34%)، MBC2 (32%)، دريم 2 المصرية (28%)، MBC(22%)، الفضاية المصرية الاولى (22%)، ابو ظبي (20%)، العربية (19%)، LBC (17%).

6.دراسة: (بليو، 2001) بعنوان[22]:

الإعلان وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك في مدينة حلب

دراسة ميدانية، هدفت إلى التعرف على أثر الإعلان على السلوك الشرائي للمستهلك حيث شملت الدراسة عينة عشوائية مقدارها (740) مفردة، ومن أبرز نتائجها، أن المستهلكين يفضلون الاعلانات التي تظهر كيفية تصنيع السلع وتركيبها واستخدامها، وكذلك الذي يظهر صورة السلع ويذكر مميزاتها، ويفضل المستهلك استخدام اللهجة العامية في الاعلانات، واستخدام الدعابة، وأظهرت الدراسة أن المستهلكين لا يقبلون على الاعلانات التي لاتتناسب مع عاداتهم وقيمهم ومعتقداتهم العربية، وان قيمة المنتج لها تأثير على المستهلك، وكذلك أن الإعلان يثير الانتباه

---

21 المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية، **الإعلام التلفزيوني الفضائي**، جمهورية مصر العربية، 2003

22 جمال بليو، جمال، **الإعلان وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك**، في مدينة حلب، سوريا، 2001

لوجود السلع، وان قرار شراءالمنتجات والخدمات يتأثر بعوامل اخرى مثل الجودة والضمانات والأمان في الاستخدام والسعر.

7.دراسة: (القحطاني، 2000) بعنوان[23]:

التلفزيون وتغير البناء القيمي

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات التلفزيون على شخصية الطفل، حيث اشتملت الدراسة عينة مختارة من برامج مخصصة للأطفال، وباستخدام أسلوب الملاحظة المباشرة للبرامج التلفزيونية (محلية وأجنبية)، وأسلوب المقابلة المقننة مع عينة من التلاميذ بلغت (200) مفردة موزعة على أربع مدارس حكومية وأهلية، ومن خلال منهج الوصف التحليلي، وتحليل المضمون، أظهرت أهم نتائج البحث أن التلفزيون له تأثيرات إيجابية تمثلت في أنه ينمي شخصية الطفل، ويساعد على حل المشكلات وأنه يكسب الطفل قيماً اجتماعية سليمة، ويؤدي إلى زيادة الشعور بالانتماء للوطن، ويعلم الأطفال أسلوب الحوار والمناقشة، ويوسع خيالهم ويكسبهم معلومات مفيدة. كما أظهرت النتائج أن هناك تأثيرات سلبية لتعرض الأطفال للتلفزيون، تمثلت في تدهور وتدني عادة القراءة لديهم وتعلمهم العنف والعدوانية.

8. دراسة: (عبد العظيم، 2001) بعنوان[24]:

الإعلانات التجارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالاتجاهات الاستهلاكية للمراهقين

وهي دراسة ميدانية، هدفت إلى معرفة أثر الإعلانات التجارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالاتجاهات الاستهلاكية للمراهقين في المرحلة العمرية من12–15سنة . أُجريت الدراسة

---

[23] القحطاني، فوزية محمد، **التلفزيون وتغير البناء القيمي**، عمان، 2000.

[24] – مها احمد عبد العظيم، **الإعلانات التجارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالاتجاهات الاستهلاكية للمراهقين،** مركز الشرق الأوسط للخدمات التعليمية، جمهورية مصر العربية، 2001

على عينة في المرحلة العمرية بين 12-15 عاماً. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيها أن الاعلانات التلفزيونية بما تحتويه من مشاهد وما تضمه من جماعات، وما تستخدمه من متغيرات وأساليب إقناع، كل ذلك، من شأنه إحداث تأثير قوي وشديد على مستوى تكوين اتجاهات محابية للسلع المعلن عنها تلفزيونياً، او حتى تغيير الاتجاه الاستهلاكي للمراهق. ومن النتائج الأخرى للدراسة أن الإعلان التلفزيوني وفي اتجاهه نحو الترويج لسلع ذات طابع استهلاكي عند أفراد العينة تجعل منه قوة ضغط على المراهق وعلى ميزانية أسرته في الوقت الذي يخلو التلفزيون (المصري) من الترويج لسلع ذات طابع ثقافي. ومن النتائج أيضاً أن هناك علاقة بين تعرض المراهق للاعلان التجاري التلفزيوني وزيادة الاتجاه الاستهلاكي له.

9. دراسة: (السلعوس،1998) بعنوان[25]:

واقع برنامج البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية

دراسة ميدانية، تبرز واقع برنامج "البث المباشر" الذي تبثة اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية، وأسباب الاستماع إليه، واستخدمت الاستبانه كأداة للحصول على البيانات، فوجد الباحث أن 70% من أفراد العينة يستمعون إلى برنامج البث المباشر، وأن من أهم أسباب الاستماع إليه أنه يلقي الضوء على القضايا المهمة للمواطن الأردني. وأن 82.5% من أفراد العينة يجدون أن وقت إذاعة برنامج البث المباشر هووقت ملائم، وأن 52.5% منهم يجدون أن هناك جدية في نقاش المذيع مع المواطن، وأن 75% منهم يرون أن مقدمي البرنامج يتمتعون بكفاءة جيدة .

---

[25]- محمد هاشم السلعوس، **واقع برنامج البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية**، دراسة في الإعلام الإذاعي ، مجلة كلية التربية، جامعة المستنصرية – بغداد، العدد الأول، 1998، ص69 – 100.

وجاءت نتائج الدراسة على فقرات الاستبانه، التعرف على مشكلات المواطن التـــي يــتم عرضها جاءت نسبتهم 43.5% من افراد العينة والاستماع للحوار المباشر بين المسؤول والمواطن 14.5% من افراد العينة، و9.4% يستمعون لمعرفة المشكلات المثارة ونـــسبة 32.6% لمجــرد التسلية، وعن وقت البرنامج جاءت 91.3% من افراد العينة يرون ان وقت البرنامج ملائم بالنسبة لهم،و8.7% من افراد العينة يرون أن الوقت المخصص للبرنامج لا يكفي لمناقشة المشكلات التي يتناولها، و59.2% من أفراد العينة يرون ان الحوار الذي يجري من خلال البرنامج يتسم بالجدية العالية، وترى النسبة نفسها أن البرنامج لدية القدرة على ايجاد حلول للمشكلات المطروحـــة، وأن مقدم البرنامج يختار المسؤولين المتخصصين في ايجاد حلول لها، وأن 67.9% من افراد العينـــة يرون ان مقدم البرنامج يتمتع بكفاءة عالية لدي تقديم البرنـــامج، وان 68.9% مـــنهم يـــرون ان البرنامج يقوم بمتابعة القضايا المطروحة، و84.7% يرون أن البرنامج يمنح المـــستمعين فرصـــة كافية لشرح مشكلاتهم وقضاياهم على الأثير.

2-2-2 الدراسات الأجنبية:

1. دراسة: (Jennifer Bartlett, 2005) بعنوان[26]:

Conforming for competitive advantage - Institutionalizing corporate social performance

بينت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ومنظمات الاعمال، لا تعود لشعور الشركات بمسؤوليتهم اتجاه مجتمعاتهم فقط، بل إنها أضحت تشكل ميزة تنافسية للحصول على الحصة السوقية الأكبر، حيث ركزت الدراسة على تأثير الأداء الاجتماعي للشركات على سمعة تلك الشركات والصورة الذهنية لها لدى جمهورها، وأكدت الدراسة التي تم تطبيقها على البنوك الاسترالية ان قيام الشركات بأعمال لخدمة مجتمعاتها ترفع من رغبة المستثمرين في شراء أسهمها، وقام الباحث بتوصية البنوك ومنظمات الاعمال بشكل عام بالقيام بمسؤولياتها الاجتماعية حيث ان القيام بذلك يؤدي الى تحسين سمعة تلك المؤسسات وتمنحها ميزة تنافسية أمام منافسيها في الأسواق.

2. دراسة: (Institute of Marketing and Polls, 2004) بعنوان [27]:

Usage, Attitude and Satisfaction of Radio and TV Viewers

هدفت الدراسة إلى التعرف على إستخدامات وإتجاهات ومدى رضا جمهور المشاهدين والمستمعين لبرامج الإذاعة والتلفزيون، وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة (8244) مفردة من الذكور والاناث من المتجمع الروماني وكانت اعمارهم تتراوح من (15) سنة فما فوق، وأظهرت

---

26 - Jennifer Bartlett, **Conforming for competitive advantage – Institutionalizing corporate social performance**, Conference paper submission for 9th Conference on Reputation, Image, Identity and Competitiveness, 2005 , P2 – 13.

27 arhiva.cna.ro/english/imas_study.pdf

الدراسة أن 92% من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون، 70% منهم يشاهدون التلفزيون يومياً يشاهد أفراد العينة التلفزيون بمعدل 3.75 ساعة في اليوم، وهذا أعلى من المعدل الأوروبي والبالغ 3.43 ساعة في اليوم،واليونان 3.88 ساعة، وبريطانيا3.72 ساعة، وايطاليا3.66 ساعة، واسبانيا 3.55 ساعة يومياً، وأعلى مشاهدة ما بين الساعة السابعة والعاشرة مساءً. وجاءت البرامج الإخبارية على قائمة البرامج المفضلة تليها البرامج الترفيهية ثم الأفلام، حيث يشاهد الأخبار 95% من أفراد العينة والوقت المفضل لمشاهدة الأخبار هو ما بين الساعة السابعة والثمنة مساءً. أما البرامج الترفيهية فيشاهدوها 89% من أفراد العينة.

3- دراسة (Joseph Cronin & Steven A. Taylor, 1992) بعنوان [28]:
Measuring Service Quality :A Reexamination and Extension

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير واختبار نموذج آخر لقياس جودة الخدمة SERVQUAL من خلال دراسة مفهوم وقياس جودة الخدمة، والعلاقة بين الخدمة ورضا العملاء ونوايا الشراء، بحيث يرتكز هذا النموذج على نظرية الفجوة والأدلة النظرية والتجريبية التي تدعم مدى علاقة الفجوة بين التوقعات والإدراك الحقيقي على أنها أساس لقياس جودة الخدمة .

توصلت هذه الدراسة إلى ان فهم جودة الخدمة وقياسها، يجب النظر إليه على اساس ان الجودة اتجاه وتقاس بالأداء الفعلي، وانها حالة سابقة لرضا العملاء الذين لهم تأثير كبير ومهم في نوايا الشراء .

[28]-Joseph Cronin & Steven A. Taylor "**Measuring Service Quality :A Reexamination and Extension**" Journal of Marketing Vol.56 ، July 1992 .PP 55 – 68 .

4- دراسة: (Parasuraman, Zeithaml & Berry y, 1988) بعنوان[29]:

SERVQUAL : A multiple - Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality

هدفت هذه الدراسة إلي تطوير مقياس يتكون مـن 22 بنـد يـسمى (SERVQUAL) يستخدم لتقييم توقعات العملاء لجودة الخدمة في مؤسسات الخدمات والبيع بالتجزئة. حيث تم فـي هذه الدراسة مناقشة التصورات لهيكل جودة الخدمة وكيفية تفعيلها، ووصف الإجراءات المستخدمة في بناء وصقل مقياس متعددة البنود لقياس جودة الخدمة. ثم عرضت الدراسة الأدلة علـى مـدى مصداقية وصلاحية هذا المقياس، وذلك بناء على تحليل بيانات من أربع عينات مستقلة.

وتوصلت الدراسة إلى انه خلافا لجودة السلع التي تقاس بواسطة مؤشرات موضوعية مثل المتانة، والإنتاج المعيب، إلا أن جودة الخدمات هي مجردة وعملية قياسها صعب بـسبب ثـلاث خصائص هي: عدم الملموسية، والتباين أو عدم التجانس، وتلازم الإنتاج والاستهلاك. وفي ظـل غياب مقاييس موضوعية، كان المنهج في تقييم جودة الخدمات هو بقياس توقعات العملاء للجودة، ولكن لا يتوفر مقياس كمي لقياس هذه التوقعات.

وقد اعتمدت الدراسة على خمسة أبعاد لقياس جودة الخدمات هي: الجود الملموسـة Tangible، والاعتمادية Reliability، والاستجابة Responsiveness، والضمان (الأمـان) Assurance، التعاطف،Empathy.

5- دراسة: (Parasuraman, Zeithaml & Berry,1985)(1985) بعنوان[30] :

A conceptual Model of Service Quality and its Implications For Future Research

تعتبر هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تعرضت لقياس جودة الخدمات حيث هـدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إدراك مدراء الشركات الخدمية لمـستوى جـودة الخدمـة وعلـى

---

[29] - A. Parasuraman ،Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry " **SERVQUAL : A multiple - Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality** "Journal of Retailing ، Vol.64، No.1 ، 1988,P12 – 40 .

[30]- A. Parasuraman ،Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry "**A conceptual Model of Service Quality and its Implications For Future Research** "Journal of Marketing ، Vol.49،Fall ، 1985 ، PP 41-50.

المشكلات التي تواجه المدراء في الوصول إلى جودة الخدمة ومن ثم التوصل إلى التناقص بين إدراك العملاء وإدراك الإدارة لمستوى هذه الخدمة، وأخيرا التوصل إلى نموذج عام يوضح الفجوات التي يمكن أن تحدث في جودة الخدمة .

وخلصت الدراسة إلى تحديد إبعاد جودة الخدمات ومكوناتها بحيث توصل هؤلاء الباحثون إلى أن المظاهر الرئيسية لجودة الخدمة التي يبني عليها العملاء توقعاتهم ومن ثم الحكم عليها تتمثل في عشرة أبعاد هي :

(إمكانية الوصول Access، الاتصال Communication، الجدارة Competence، المجاملة Courtesy، المصداقية Credibility، الاعتمادية Reliability، الاستجابة Responsiveness، الأمان Security، النواحي المادية الملموسة Tangible، فهم أو معرفة احتياجات العميل Understanding Knowing the Customer)، كما أشارت هذه الدراسة إلى إن الزبائن يعتمدون على تجاربهم وخبراتهم عند تقييم جودة الخدمة وان إدراك العميل لجودة الخدمة يعتمد على طبيعة التناقص بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة ، كما بينت هذه الدراسة انه عندما تكون الخدمة المتوقعة اكبر من الخدمة المدركة فان ذلك يؤدي إلى عدم الرضا عن الخدمة المقدمة للعميل بينما إذا تساوت الخدمة المدركة والمتوقعة فان الخدمة المدركة ستكون مرضية ، في حين إذا كانت الخدمة المتوقعة اقل من الخدمة المدركة فان ذلك يؤدي إلى حالة الرضا عن الخدمة المقدمة .

3-2-2 ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بما يلي:

1. تميزت هذه الدراسة بتناولها موضوعاً حيوياً لم يتم التطرق إليه من قبل، وهو تقدير اثركفاءة البرامج الإذاعية الأردنية في جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة في

الأردن، حيث ركزت الدراسات السابقة على البرامج الإعلامية دون ربطها بتحسين جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات العامة والخاصة.

2. أضافت هذه الدراسة أبعاد جديدة للبرامج الإذاعية الأردنية لم يتم قياسها من قبل الباحثين وهي: (آلية طرح المشكلات وتناولها، وإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية) ،في حين أن الدراسات السابقة قامت بقياس بعد كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية فقط.

3. تبنت هذه الدراسة كفاءة البرامج الإذاعية، وأبعادها المختلفة، وأثرها في تحسين جودة الخدمات المقدمة من الشركات العامة والخاصة.

4. غطت هذه الدراسة البرامج الإذاعية في العام 2009. الذي لم يتم فيه تحديد دورة برامجية، حيث كانت في السابق محددة بأربعة شهور.

5. استهدفت الدراسة القطاعات الصناعية الأردنية العامة والخاصة.

6. تحاول هذه الدراسة – بصفتها دراسة ميدانية أردنية عربية – أن تخدم بنتائجها المؤسسات العامة والخاصة الأردنية بشكل خاص، والمؤسسات العامة والخاصة العربية بشكل عام، وتزيد من اهتمامها وتحفزها على استخدام هذه البرامج الإذاعية في تحسين جودة الخدمات المقدمة من الشركات العامة والخاصة.

3. الفصل الثالث

الإطار النظري

المبحث الأول: البرامج الإعلامية الإذاعية

- المقدمة
- مفهوم الإعلام الإذاعة
- الأنماط البرامجية في الإذاعة
- البرامج الإعلامية الإذاعية الأردنية
- نظريات التأثير الإعلامي
- دور وسائل الإعلام في التنمية

المبحث الثاني : جودة الخدمات المقدمة

- مفهوم الجودة
- أهمية جودة
- مبادئ إدارة جودة
- أبعاد جودة الخدمات

3. الفصل الثالث

الإطار النظري

يركز هذا الفصل على الإطار النظري للإعلام، والبرامج الإعلامية، وجودة الخدمات، فقد تناول الباحث في المبحث الأول مفاهيم الإعلام و البرامج الإعلامية الإذاعية وانماطها بشكل عام ،والبرامج الإذاعية الأردنية وآليات عملها وامكانية الحصول عليها واهميتها بشكل خاص، وكفاءة القائمين عليها. كما يتضمن هذا المبحث نظريات التأثير الإعلامية، أما المبحث الثاني فقد تناول جودة الخدمات المقدمة من المنظمات من حيث تحديد مفهوم الجودة واهميتها وأبعاد قياسها.

المبحث الأول

البرامج الإعلامية الإذاعية

3-1-1 المقدمة

يعتمد نجاح المؤسسات في بيئة العمل المعاصرة على قدرتها على مواكبة المتغيرات البيئية الخارجية، فرغم أن معظم المؤسسات تهتم بإدارة الجودة للبقاء في اطار المنافسة، إلا أن اهتمامها يجب أن يكون أيضاً موجها نحو الإعلام، فقد أصبحت البرامج الإعلامية محط أنظار صُناع القرار[31] ، فمن خلالها يمكن الحصول على ردود فعل المستفيدين من الخدمة التي تقدمها المؤسسات، والتعرف على شكاويهم اتجاه جودة منتجاتها (سلعاً أم خدمات) فهؤلاء المستفيدون هم سبب وجودها وبقائها، لذلك لابد من التعرف على اتجاهاتهم الإيجابية أو السلبية تجاه المنتجات القائمة وتلبيتها من خلال كل الوسائل والسبل، وذلك لدعم وتطوير استراتيجيات عملها المستقبلية.

31- معوض،محمد، **فنون العمل التلفزيوني**،(ط1)، القاهرة دار الفكر العربي، 1986، ص63.

3-1-2 مفهوم الإعلام

لايتوفر في الادبيات تعريف متفق عليه لمفهوم الإعلام، بسبب صعوبة إيجاد تصور موحد للمفهوم، ولكن ثمة تعاريف عامة له، اجتهد الباحثون والكتّاب في وضعها. ويمكن ترتيبها تاريخياً، وتفاعل المنظمات العامة والخاصة، وتعاملها مع هذا المفهوم وأبعاده.

عند الحديث عن الإعلام ومفهومه فإنه يتبادر إلى الذهن أن المقصود هو وسائل الاتصال الجماهيرية ذات التأثير العام، إلا أن هناك العديد من الجوانب التي تتعلق به.

يعرف الإعلام لغة بكونه مصدر لفعل أعلم (رباعي)، وأعلم من العلم الذي هو إدراك الشيء على حقيقته، وأعملته وعلمته في الأصل واحد، إلا أن الإعلام اختص بما كان إخبارا سريعا والتعليم اختص بما يكون بتكريرٍ وتكثيرٍ حتى يحصل منه أثرٍ في نفس المتعلم. (32)

فقد ناقش ريمو روية, الإعلام بأنه نقل دلالة أو مفهوم إلى كائن واع بتوسط حامل مكاني زماني, مطبوعة, رسالة هاتفية, موجة صوتية.(33)

أما أوتوجروت فيرى أن الإعلام التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه. (34)

وأما فرنان ترو فيشير إلي أن لفظة الإعلام تشير إلى عمليتي استقصاء المعلومات وإعطائها في ذات الوقت مرورا بالتغيير القانوني. (35)

---

[32] الراغب الأصفهاني. مفردات غريب القرآن, مادة علم.

[33] السيد شيك. **أصل الإعلام**, ترجمة عادل الصوا. دمشق, وزارة الثقافة 1971. ص7.

[34] إبراهيم إمام **الإعلام والاتصال بالجماهير**(ط2) الأنجلو القاهرة 1975.

[35] الإعلام, ترجمة / محمد الغندور. المنشورات العربية, ص 5.

في حين ظهر الإعلام بمفهومه المعاصر في العصور الوسطى، وذلك في القرن الثالث عشر عند ظهور الأنباء على شكل صفحات مخطوطة تحمل أخبارا، وانتشرت بشكل خاص في إيطاليا وألمانيا وكانت مسخرة لمصلحة الكبار، والأغنياء، والتجار، ورجال المصارف.

ثم تطور الأمر باكتشاف الطباعة في القرن الخامس عشر حتى القرن السابع عشر حين ولدت فكرة وكالات الأنباء، وظهرت الصحف المطبوعة حتى أخذت شكلا رسميا في القرن التاسع عشر، ثم دخلت المنافسة أجهزة جديدة وقوية كالسينما والراديو والتلفزيون وذلك في القرن الماضي.[36]

حتى أصبح الإعلام في العصر الحديث جزءا هاما في حياة الناس حتى أصبحت وسائل الإعلام للجميع ليست أقل من ضروريات الحياة. [37]

فالرسالة الإعلامية هي كل مادة ذات صفة إعلامية مقروءة أو سمعية أو بصرية سمعية يقصد منها التأثير على المتلقي ويمكن قياس نتائجها بالنسبة لأهداف محددة مسبقا. [38]

أما الرسالة المسموعة فهي مندمجة في الإذاعة، حيث يستطيع المشاهد تلقي اي نشاط إتصالي على الإذاعة وغالباً بصورة فردية. كما ويستطيع المواطن الاختيار بين عدة بدائل من البرامج في الوقت نفسه.[39] وأما الاتصال الجماهيري فهو نوع من أنواع الاتصال يتضمن ظروفا معينة يجب أن تأخذ في اعتبارها طبيعة الجمهور، وطبيعة الاتصال، وطبيعة التأقلم بالاتصال، وتوفر لعدد كبير من الناس في جميع الجهات، فهي وسائل غير مكلفة. [40]

---

36 عبد اللطيف حمزة ،**الإعلام له تاريخ ومذاهب**، دار الفكر العربي، 1995 ص 13.

37– محمد عبد القادر **الأعلام والدعاية نظريات وتجارب الرأي العام**،(ط1)الأنجلو القاهرة 1972 ص 34.

38 – إبراهيم محمد. أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته الإسلامية. المجلد الرابع من بحوث المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة المتفق عام 1397. ص 50.

39- فلحي،، محمد، **صناعة العقل في عصر الشاشة**، (ط1)، عمان: دار العلمية الدولية للنشر،(2002) ص160.

40 –جيهان رشتي **الإعلام ونظريات في العصر الحديث**.. دار الفكر. ط1, 1971, ص 44–45.

كما ميزت (رشتي) بين أقسام الإعلام، حيث ترى أن القسم الإعلامي، يؤثر على الذهن، والقسم ألإقناعي، يؤثر على العواطف، بينما يهدف القسم الترفيهي، إلى التسلية . [41]

وكذلك يشير (إمام) إلي أن العملية الإعلامية تتكون من[42] المرسل (القائم بالإعلام)، والمستقبل (جهة التلقي أو الجمهور)،والموضوع (موضوع الدراسة الإعلامية)، وسيلة الاتصال (وسائل الإعلام)، في حين يضيف (رمضان) إلى العناصر السابقة عنصرا خامسا هو الهدف من الإرسال. [43]

ويمكن تلخيص الاتصال الجماهيري بالوظائف الآتية : بث المعلومات والأخبار مع التفسير والتعليق عليها، والتثقيف، والتنشئة الاجتماعية، والترويح عن النفس، وإقناع الجماهير بالتغير نحو الأفضل واستمالتها إليه. ومع أن هذه الاستمالة ليست بالأمر السهل ، إلا أن هناك عدة عوامل تساعد في التأثير على الجمهور ومنها: القدرة على العرض الجديد لشد الانتباه،وإيجاد الحافز على التغيير، واختيار المضامين الإعلامية المناسبة للفئة المستهدفة، واختيار الوسيلة المناسبة لكل فئة.[44]

3-1-3 الإذاعة:

تُعد الإذاعة أحد أهم وسائل الاتصال لما تقدمة من برامج، وإقتران ذلك بالمؤثرات الصوتية، فقامت الاذاعة بوظيفة التربية الفنية، فقدمت كافة الفنون مما رفع كم مستوى الاعمال الفنية، وبالتالي زاد من إقبال الجمهور لمتابعة هذه الاعمال [45].

41- جيهان رشتي **الإعلام ونظرياته في العصر الحديث**.. ص 58.

42 إبراهيم إمام **الإعلام والاتصال الجماهيري**, ص 301-308.

43 محمد رمضان لاوند **الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية**,. ص 169.

44 محمد موفق, الغلاييني **وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة**.. دار المنار جدة, ط1, 1985, ص 40 – 45.

45 بورتيسكس، وآخرون، **الصحافة والتلفزيون**، (ط1)، ترجمة ابتسام علوان، بغداد،(1978) ص22.

وتقوم الإذاعة بدور تعليمي وتثقيفي، فهي تنقل كماً هائلاً من المعلومـــات التـــي تقـــدمها للمستمع، وتجعله قريباً من الاحداث الجارية وشؤون الساعة.

ومن وظائف الإذاعة، التسلية والترفيه، ومن خلالها يتخلص الجمهور من الملل وأوقـــات الفراغ، فتقدم الاذاعة برامج المسابقات وغيرها من البرامج بهدف التعلـــيم والمنافـــسة والتـــسلية للترويح والتنفيس على الجمهور(46).

كما تشكل الدراما والتشويق أهمية خاصة بالنسبة للاذاعة كجهاز اخبـــاري او ترفيهـــي. لذلك من الضروري أن تجمع الاذاعة بين الأهمية والترفيه، وتمتلك الإذاعة القدرة علـــى تغطيـــة الاحداث ومتابعتها ونقلها حال وقوعها وتقديمها بشكل متكامل بلغة مفهومة للجمهور(47).

تمتاز الإذاعة بعدة خصائص منها،الفورية: وتزيد من واقعيتها فهي تقدم الاخبار مـــن مكانها وفي نفس زمن حدوثها وتنقل الاخبار في معناها وفي الحال، وتقديم الاحداث والوقائع فـــي صورة متكاملة تعتمد على الصوت في صورة اقرب الى الواقع، والانتشار الجغرافي للإذاعة حيث أصبح العالم قرية كونية (48).

وتمزج الإذاعة بين القدرة على الاقناع والتثقيف وبين التسلية والترفيه أي التثقيف بالتسلية فهي تجمع بين المحاكاة والسرد، بسبب تنوع جمهورها واختلاف مستوياته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية،(49). حيث تقوم لغة الإذاعة على البساطة والوضوح والمباشرة.

---

46 عبد القادر، محمد، **(الاعلام والدعاية – نظريات وتجارب**، (ط1)، القاهرة: الانجلو،1972). ص279.

47- معوض، عبد العزيز،محمد وبركات ،**الخبر الإذاعي والتلفزيوني**،دار الكتاب الحديث(ط2) القاهرة ، 2000 ص72.

48- شلبية، محمود، مجموعة محاضرات ألقيت على طلبة ماجستير الاعلام جامعة في الشرق الاوسط، مساق "الاخبار والتقارير الاخبارية للاذاعة والتلفزيون"، غير منشورة، عمان(2007).

49- فلحي، محمد، **صناعة العقل في عصر الشاشة**، (ط1)، عمان: دار العلمية الدولية للنشر،(2002**).** ص23.

فقد أصبح قطاع جمهور سماع الإذاعة كبيراً بحكم العادة، وأصبحت الاذاعة كجهاز اخباري سمة من سمات العصر، ووسيلةً اتصالية تمتلك القدرة على تغطية الاحداث حال وقوعها وتقديمها بشكل متكامل، لتحكي ما يحدث في انحاء العالم بلغة مفهومة لغالبية الجمهور، مما يكون لها تأثيرها البالغ في نفسية المستمع من مختلف الأعمار والفئات والاجناس.

كما أدت التطورات التكنولوجية والتقنية والانترنت الى دمج أساليب الاتصال في رسالة واحدة تخاطب حواس الانسان السمعية، وتستطيع الإذاعة أن تطرح قضايا الناس وهمومهم أكثر من التلفزيون، ليس لأن التلفزيون لا يستطيع الوصول إليهم ولكن لسهولة طرح هذه القضايا، فالعمل الإذاعي أقل كلفة وأسهل من العمل التلفزيوني،حيث يستطيع الإذاعي أن يتصل هاتفيا وأن يصل إلى أي شخص موجود، كما يستطيع أي شخص أن يتصل هاتفيا بالإذاعة ويطرح قضاياه ويتحاور مع المسؤول[50].

3-1-4 الأنماط البرامجية في الاذاعة:

تتنوع البرامج التي تنتجها محطات الاذاعة، والتي تهدف الى جذب إنتباه المستمعين، فالبرنامج الاذاعي عبارة عن فكرة يتم معالجتها اذاعياً، كون الاذاعة وسيلة إتصالية تعتمد أساساً على الجانب المسموع.

وتتطور برامج الإذاعة باستمرار، وتهدف على إختلاف مضامينها،وأشكالها إلى الإعلام،والتثقيف,والتعليم,والتوجيه,والتسلية,والترفيه,والاعلان، ويسعى القائمون على التخطيط

50- الإذاعة حين تفقد دورها بفعل توغل الصورة مركز حماية وحرية الصحفيين الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان الاردن 2005 .

البرامجي الى ايجاد توازن ما بين هذه الأهداف ورغبات المشاهدين[51]، ومن الأنماط البرامجية الإذاعية:

3-1-4-1 الحديث المباشر:

يعتبر شكل الحديث المباشر من أقدم أشكال البرامج الاعلامية ويتناول هذا النوع من البرامج موضوعات مختلفة سياسية واقتصادية واجتماعية ودينية وثقافية[52] ، ويهدف إلى التأثير على المستمعين كما في الاعلانات لتجارية والحملات السياسية أيضاً[53].

3-1-4-2 البرامج الحوارية:

وتتميز هذه البرامج بالتلقائية والعفوية والارتجال (Ad-Libing) بأسلوب التقديم وطرح أسئلة من قبل المذيع التي يعتقد أنها تدور في أذهان المستمعين وانه في حاجة لمعرفة إجابات عنها، ويعطي الحوار حيوية أكثر وتلقائية وعفوية من الحديث المباشر.

3-1-4-3 برامج الندوات والمناقشات:

هي امتداد لبرامج الحوار ولكن لها طبيعة خاصة، فالمناقشات تعتمد على إختيار الموضوع أو تغطية الظاهرة التي أثارت إهتمام الجمهور، ليقرر ويستخلص ما يريد. كذلك تتصف برامج المناقشات بإختلاف وجهات النظر، والمواقف، والاتجاهات فيما يتعلق بأمر المناقشة وقد يصل الخلاف في وجهات النظر بين المشاركين في البرنامج إلى حد الصراع والتوتر.

أما في برامج الندوات فيعرض المشاركون في الندوة الموضوع من جوانب مختلفة لتغطيته بطريقة نقاشية حوارية جذابة ومثيرة للجمهور[54].

---

[51] معوض، ،محمد، فنون العمل التلفزيوني،(ط1)القاهرة دار الفكر العربي ، 1986ص115.

[52] معوض، ،محمد، فنون العمل التلفزيوني،(ط1)القاهرة دار الفكر العربي ، 1986ص200.

53 شلبية، مرجع سابق 2007.

[54]- معوض،محمد، فنون العمل التلفزيوني،(ط1)القاهرة دار الفكر العربي 1986 ص200.

3-1-4-4 برامج الترفيه والمنوعات:

تعتبر هذه البرامح من أكثر البرامج الاذاعية انتشاراً، وتحقق وظيفة أساسية من وظائف الاذاعــة المتمثلة في الاعلام والارشاد والتثقيف والتوجيه مــن خــلال التــسلية والترفيــه. [55]واضــاف الكسواني[56] بوجود طريقا جديدة للحفاظ على مستمعي الإذاعة الأردنية، مشيرا إلى اعتمــاد مــا يسمى بــ"معادلة الهرم الإذاعي المقلوب، لتلبية احتياجات "كافــة قطاعــات الجمهــور"ويوضــح الكسواني المقصود بالهرم المقلوب: "معروف أن لكل وسيلة إعلام ثلاث وظائف بشكل هرمي، هي الإخبار ثم التثقيف في المساحة الوسطى وقاعدة الهرم كانت الترفيه، بمعنى أن حجم برامج الترفيه كانت الأقل،نحن قلبنا الهرم، نقدم مزيد من الترفيه وبعض التثقيف وأخبار سريعة ووجبات قصيرة من الأخبار الهرم المقلوب هو وصفة يعرفها الجميع، لكن بعض الإذاعات ليس لديها هــرم علــى الإطلاق.

3-1-4-5 برامج الإبراز (Feature Programs):

برنامج ذا شكل درامي ومحتوى وثائقي ويقصد بها البرامج التي تتناول شخصية أو حدث أو مفهوم أو قضية أو ظاهرة أو فكرة بتعمق من مختلف الجوانب والزوايا وعرض الموضــوع وتغطيتــه بصورة متكاملة، وتعتمد برامج الإبراز على الحوار والمقابلات والمناقشات والتوثيــق والتحليــل والتعليق. ويقع هذا النوع من البرامج ما يبين الأخبار والتعليقات وهــو أعمــق مــن التحقيقــات الاعلامية[57].

---

[55]– شلبية، مرجع سابق2007.

[56]ـ الإذاعة حين تفقد دورها بفعل توغل الصورة مركز حماية وحرية الصحفيين الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان الاردن 2005 .

[57] -القليني، السمري، سوزان وهبة الله، **انتاج البرامج للراديو والتلفزيون**، (ط1)، القاهرة: النيل للطباعة،(1993) ص146.

5-1-3 البرامج الإعلامية الإذاعية الأردنية:

في ضوء التطور والديموقراطية التي تشهدها الأردن والتي انعكست على البرامج الاعلامية بشكل عام، وعلى البرامج الإذاعية بشكل خاص نشأت برامج المناقشة والحوار والتي هدفت الى ايصال ما يخلد في ذهن المواطن من أمور ومشكلات تتعلق بالوطن والمواطن ومناقشتها بهدف ايجاد الحلول والاجابة لتلك الأمور والمشكلات، وحظيت تلك البرامج إهتماماً كبيرا من قبل المواطنين واكتسبت أهمية كبيرة لما نتج عنها من نتائج، **ومن** خدمة الإتصالات الإساسية العامة[58] وتشمل جميع التقنيات الأساسية لتوفير إمكانية إرسال وتلقي مكالمة محلية أو دولية وخارجية من خلال هواتف أو مكاتب اتصالات عمومية تدعم الخدمات الصوتية والفاكسميل والمعلومات. وكذلك من خلال توفير خدمة الدليل، وتخصيص رقم للمشترك، وتوفير نظام لتلقي الشكاوي، والإلتزام بالحد الأدني من الجودة طبقاً للمعايير التي يضعها الجهاز، وتقوم البرامج من خلال آلية طرح الشاكوى وتناولها تقوم على تلقي الاتصال من المواطنين على حد سواء وكذلك من خلال اماكنية الحصول على الخدمة الإذاعية للمواطن وكفاءة القائمين على هذه البرامج، ومن تلك البرامج برنامج البث المباشر، وبرنامج بصراحة مع الوكيل، والبرنامج المفتوح إف إم الامن العام، وبرنامج صوت حياة إف أم، وفيما يلي شرحاً مفصلاً عن هذه البرامج:

---

[58] إياد شوكت منصور ،إدارة خدمة العملاء (ط1) دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع 2008 ،ص79.

3-1-5 -1 برنامج البث المباشر:

هو من أقدم البرامج الإذاعية في الأردن، وتذيعه اذاعة المملكة الأردنية الهاشمية منذ العام (1976) في كل يوم ما عدا يوم الجمعة من عمان في الساعة الثامنة صباحا ويستمر الى الساعة التاسعة والنصف، وهو برنامج يعنى بمشاكل المواطنين اليومية، والخدمية، ويقوم بايصالها الى المسؤولين في مختلف الأجهزة والمؤسسات، ويعتمد على الاتصالات الهاتفية في الحوار الذي يجريه مع المواطنين ومع المسؤول مباشرة على الهواء[59].

3-1-5 -2 برنامج بصراحة مع الوكيل:

برنامج بصراحة مع الوكيل بدأ بثه في 2003/8/1 وهو يبث يوميا ما عدا الجمعة والسبت، لمدة ساعتين على اذاعة فن F.M والتي تم انشائها من قبل القوات المسلحة الأردنية، ويعمل البرنامج على طرح القضايا الاجتماعية والخدماتية ومتابعتها مع المسؤولين والعمل على حلها من خلال اعادة طرحها بشكل آخر مع الاشارة الى مصدرها ومن ثم متابعة هذه القضايا مع المسؤولين ... لحين التوصل الى الحلول الناجعة للقضايا لضمان حقوق المواطنين في تلقي الردود من المسؤولين، ويتضمن البرنامج عددا من الفقرات المخصصة عن الأردن اضافة الى الأغاني الوطنية والمعلومات التي تتناول انجازات الأردن في مختلف الميادين، ويقدم البرنامج فقرات

---

[59] **مقابلة مع مقدم برنامج البث المباشر** السيد فضل معارك ومدير البرامج الإذاعية الاردنية السيد حاتم الكسواني بتاريخ 27 / 9 /2009 ،من الساعة العاشرة الي 3 عصراً.

أخرى تتعلق "بدرجة الحرارة"و"عناوين الصحف المحلية " كما ويتواصل البرنامج مع المغتــربين الأردنين، ويقوم البرنامج على أساس الحوار مع المواطن والمسؤول.

3-1-5 -3 البرنامج المفتوح إف إم الامن العام:

هو برنامج إذاعي يبث مرتين في اليوم؛ الفترة الصباحية : من 7:30 صباحــــــا حتى أل 10:00 صباحا، أما الفترة المسائية : من 2:00 ظهرا حتى ال 3:30 ظهرا ويقوم على تلقـــي الاتصالات من المواطنين وعرض مشاكلهم على الهواء مباشرة بما يخــص الطــرق والحــوادث والأمن والسير، والقضايا العامة التي تمس الحياة اليومية للمواطن مع الإشارة إلـــى الانجـــازات وبرنامج الأسرة الذي يعنى بأمن الأسرة الاجتماعي والنفسي والاقتصادي والبيئي والبرامج الأمنية، ويتم بعد ذلك الاتصال بالمسؤولين مباشرة ليتم إعلامهم بالمشكلة والعمل على حلها، إضافة إلى نقل المعلومة للمواطن مباشرة سواء كانت تتعلق بالمرور أم بالجوانب الأمنية الأخرى والقضايا العامة التي تمس الحياة اليومية للمواطن. و يعززالبرنامج العلاقه بين افراد المجتمع واجهزة الدوله بمـــا فيها جهاز الأمن العام، و هذه الاذاعة هي ملك المديرية العامة للأمن العام، وقد تم افتتاحها في 24 يناير 2007، وبرعاية ملكية سامية كراديو الأمن العام في عمان- الأردن[60]، ويهتم هذا البرنامج بالقضايا التي تختص بالأمن العام، والعمل على حلها بشكل سريع، أمّا القــضايا التـــي تخـــتص بالوزارات والمؤسسات الأخرى، فيتم نقلها إلى المسؤولين ولكن ليس لدينا ســـلطة عليها [61] [62]، كما أن الإذاعة تسعى لتوجيه المجتمع ضمن رؤية أمنية حضارية لتحقيق مفهوم الأمن المجتمعي،

---

60 جريدة الدستور، العدد رقم 14929، 8- 2009.

61- مقابلة مع السيد عصام العمري مقدم البرنامج المفتوح مدير اذاعة امن اف ام الامن العـــام وفريـــق المتابعـــة بتاريخ 29 /10 / 2009، الساعة العاشرة الى الساعة 2 عصرا.

62- علاء عواد عشرينات امن اف ام الامن العام 2007 www.20at.com

وأن رسالتها تنبع من التعرض لمفهوم الأمن لتعميق الإحساس بالأمان لدى المواطنين، وما يميز هذا البرامج الإذاعة أنّ هناك لجنة متابعة مؤلفة من 10 ضباط من كافة أنحاء المملكة من الدوريات المنتشرة، وهذه اللجنة تقوم على حل أي مشكلة ترد ومتابعتها من البداية إلى النهاية، وعن هيكل الإذاعة، يوضح أن الإذاعة تنقسم إلى قسمين، الشق العسكري والشق المدني، حيث أن هناك موظفين مدنيين وعسكريين.

كما أن هذه البرامج حتى لو كانت بصفة مدنية لكن هي في النهاية تصب في توجيه رسائل أمنية مباشرة أو غير مباشرة، وبما يخص آلية عمل لجنة المتابعة يتم تلقى المكالمات التي ترد على الهواء مباشرة، وسماع المشتكي وما يقدم من ملحوظته، وبعد ذلك يتم الحديث مع المواطن ويتم التأكد منها ويتم اخذها بالشكل الدقيق وبالتفصيل، ثم متابعتها مع أصحاب الاختصاص، ونعطيهم الملحوظة"، ويتم تلقي المكالمات من المواطنين على مدار الساعة ويوجد مشاكل تحل مباشرة دون الحاجة لبثها على الهواء"[63].

3-1-5 -4 برنامج صوت حياة أف أم[64]:

يبث عبر اذاعة حياة أف ام وهي اذاعة جديدة بدأ البث التجريبي فيها في الأول من شهر آب لعام 2009، و برنامج صوت حياة أف أم هو برنامج صباحي، إجتماعي، تفاعلي، يخدم الوطن والمواطن بطابع إيماني اسلامي ملتزم ، ويبث البرنامج من الأحد إلى الخميس، من الساعة 7:15 صباحاً، وعلى الهواء مباشرة، ويتواصل مع المسؤولين والمواطنين ويقوم على حل المشاكل وإسماع صوت المواطنين للمعنيين.

---

[63]- مقابلة مع السيد عصام العمري مقدم البرنامج المفتوح مدير اذاعة امن اف ام الامن العام وفريق المتابعة بتاريخ 29 /10 / 2009، الساعة العاشرة الى الساعة 2 عصرا.

[64]- مقابلة مع معدي برنامج صوت حياة بتاريخ 13 / 11/ 2009 .

3-1-6 نظريات التأثير الإعلامي:

تتطور وسائل الإعلام مع تتطور النشاطات الأخرى في المجتمع كالتطورات الاقتــصادية والاجتماعية، والسكانية، والتعليمية والإنتاجية وهذا ما يجعلنا ندرك أن لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في التأثير على الجماهير ودورها في التنمية الشاملة[65].

فالتنمية الشاملة، مجموعة من الإجراءات المبنية على أسس فكرية تعكس واقع المجتمـــع وتراثـــه وعقيدته، حيث تتخذ في ضمن استراتيجية شاملة تهدف إلى إحداث تغييرات كمية وكيفية إيجابيـــة في المجتمع لما يساعد على زيادة المقدرة الإبداعية والكفاءة الإنتاجية والمشاركة الإيجابية لكافـــة المواطنين، مما يجعل المجتمع يتجه نحو الاكتفاء الذاتي في المرحلة الأولى والمشاركة الحضارية الفعالة على مختلف المستويات في مرحلته اللاحقة[66].

ومن النظريات التي تناولت التأثير الإعلامي على الأفراد والجمهور[67]:

3-1-6-1 نظرية التأثير المباشر (نظرية الحقنة أو إطلاق الرصاصة)

تقوم هذه النظرية على أن المعلومات تنقل بصورة مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجمهور المتلقي، وأن هذا الجمهور ملبٍّ يتلقى كل ما يصله من وسائل الإعلام ويتأثر بها تماما، بالإضافة إلى أن للمرسل قوة كبيرة في التأثير على الجمهور[68].

3-1-6-2 نظرية التأثيرغيرالمباشر (نظرية التأثير المحدود)، وتقـــوم هـــذه النظريـــة علـــى فرضيتين هما: تدفق المعلومات على مرحلتين، تفترض آن الأفكار تنتقل من وسائل الإعلام إلـــى قادة الرأي، ومن هؤلاء على الفئة الأقل نشاطا منهم من الشعب، حيث يجعل الجمهور فـــي حلقـــة

65- رشتي، جيهان. الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص73.
66- حجاب، محمد. الإعلام والتنمية الشاملة. دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص3.
67 - أبو الأصبع، صالح. الاتصال الجماهيري. دار الشروق. الأردن، 1999، ص63-95.
68- مشارفة، تيسير. مدخل إلى الدراسات الإعلامية. بيت المقدس. رام الله، 2002، ص80-81.

متواصلة، وإبراز تأثير الاتصال الشخصي كنشاط مكمل لوسائل الإعلام، مما أوجد مكانـــة ودور لقادة الرأي، وظهور تأثير وسائل الإعلام على الناس أقل مما هو متوقع[69].

- فرضية تدفق الاتصال على عدة مراحل،وترى أن المعلومات تنتقل من شخص إلى آخـــر، وأن قادة الرأي أكثر ابتكارا من غيرهم، لأنهم يتعرضون أكثر من أتباعهم لوسائل الإعلام، ولديهم اتصال اكثر من غيرهم، وبالإضافة إلى مركزهم الاجتماعي المتميز فــضلا عــن انفتاحهم بشكل أكثر من أتباعهم. حيث أن الابتكار هو أي فكرة جديدة ثم اســتخدمها فـــي الحياة وتدخل في النظام الاجتماعي.

وفي ضمن الابتكار، يتم اتخاذ قرار وذلك من خلال المعرفة التي تتم عبر وسائل الإعلام، ومن ثم الاقتناع، ثم اتخاذ القرار وذلك لتبني الابتكار أو رفضه، وفي النهاية يتم التثبيت للقرار.

3-1-6-3 **نظرية التأثير المعتدل لوسائل الإعلام** حيث ركزت الأبحاث السابقة لنظرية التـــأثير المعتدل واهتمت بتأثير وسائل الاتصال على المواقف والآراء دون الاهتمام بالتأثير على المتغيرات الأخرى،و كانت أحادية الرؤية لوسائل الإعلام على الجمهور فقــط ولـــيس العكــس، ودرســـت التأثيرات قريبة المدى لوسائل الإعلام على الجمهور ولم تدرس بعيدة المدى، وكذلك تقـــوم هـــذه النظرية على عدة فرضيات منها:

3-1-6-3-1 **فرضية طلب المعلومات :** وتفترض أن الأفراد بحاجة الي المعلومـــات نتيجـــة لرغبة المتلقي في الحصول على المعلومات وتوظيفها في إشباع مصلحة حقيقة، بالإضافة إلى طلب

---

[69]- مشارفة، المرجع السابق، 84.

الترفيه، والحاجة للتنويع، ولاحتياجات شخصية، مما تشكل لدى الأفراد حوافز ومنبهات تستدعي طلب المعلومات[70].

3-1-6-3-2 فرضية الاستعمال والإشباع: تتم عملية إشباع الحاجات من المعلومات من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة ومن خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، وترى هذه الفرضية أن الأفراد يوظفون محتوى ومضمون الرسائل الإعلامية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها، وأن الأفراد يستعملون وسائل الإعلام لإشباع بعض الحاجات الأساسية لديهم، حيث جرت عدة دراسات حول استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام في البحث من الإشباع[71].

3-1-6-3-3 فرضية الاتكال أو التبعية على وسائل الإعلام: تفترض أن الجمهور يعتمد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ليلبي احتياجاته وذلك من خلال تفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتناولت هذه الفرضية مسألة تأثير وسائل الإعلام في ظل ظروف الاستقرار الاجتماعية في ظل ظروف الصراع والتغيير، حيث يختلف تأثير وسائل الإعلام من حالة إلى أخرى، حيث يستطيع الفرد أن يختار وينتقي المعلومات التي يحتاجها من خلال التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على المعلومات التي تسد حاجاتهم بسبب إجبار الحكومات الناس على إعادة تقييم آرائهم وتضعهم أمام عدة اختيارات، وبالتالي يكون تأثير وسائل الإعلام على الناس يعتمد على معلومات هذه الوسائل.

3-1-6-3-4 فرضية ترتيب الأولويات: أول من أشارعلى هذه الفرضية برنارد كوهين، حيث يؤكد على أن هذه الفرضية تقوم على عدة أسس أهمها[72]، تسهم وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات عند الجمهور، تقوم وسائل الإعلام بمهمة تعليمية، وتكون وسائل الإعلام ناجحة عندما

70- مشارفة، المرجع السابق، 86.

71 - مجلة الدراسات الإعلامية، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. العدد89، اكتوبر1997، ص 199-220.

72 أبو الأصبع، صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. دار آرام. الأردن، 1995،ص 82.

تقول للناس عن الأشياء التي يفكرون فيها، والإعلاميون يلعبون دورا كبيرا في تشكيل حياتنا الاجتماعية، وأولويات وسائل الإعلام هي أولويات لدى الناس، وظيفة ترتيب الأولويات توضح مدى المقدرة على تغيير المعرفة عند الأفراد، بمعنى أن وسائل الإعلام تقوم على ترتيب العالم وتنظيمه، وعامل الوقت مهم لترتيب الأولويات.

3-1-6-4 **نظرية التأثير لوسائل الاتصال (دور وسائل الإعلام في التنمية):** ركزت هذه الفرضية على أن المبادئ الأساسية لتحقيق التأثير القوي التي يتمثل في دور الإعلام في التنمية هي: تكرار الرسائل على فترات وفي زمن معين، والتركيز على الجمهور المعني، وتحديد الأهداف من بث ونشر الرسائل، وظهر في الخمسينات نموذج دانييل ليرز يتناول فيه دور وسائل الإعلام في التنمية القومية.

3-1-6-5 نظريات التوازن المعرفي: اهتمت هذه النظريات بالتوازن أو الاتساق آو الانسجام آو التوافق ودورها في تغيير وتشكيل اتجاهات الأفراد بناء على أساس مبادئ صاغها، وقام عبد الحميد، على توظيف نظريات الاتزان في وصف استخدام الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها انطلاقا من الفروض الأولية التالية[73]:

- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يختار وينقي من وسائل الإعلام ومحتواها ما يتفق مع اهتمامه وتفضيله.
- إن استخدام وسائل الإعلام يعتبر نمطا من أنماط السلوك الفردي الذي يتفق عادة من اتجاهات الفرد التي توجه ذلك السلوك.
- يسهم البناء المعرفي بجانب البناء الوجداني في بناء الاتجاهات لدى الأفراد.

---

[73] عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص200-201.

- تعتبر العلاقة بين البناء المعرفي للفرد وبناء الاتجاهات والسلوك جوهر النظريات المعرفية سواء تلك التي تبحث في التوازن أو التنافر المعرفي لدى الفرد في إطار عمليات الاتصال الذاتي وتقرير السلوك أو عمليات التفاعل في الاتصال الإنساني.

فالفرد يحدد اتجاهه نحو وسائل الإعلام من خلال الصورة الذهنية التي كونها في مخزونه المعرفي عن هذه الوسائل، ويحدد اتجاهه نحو القائم بالاتصال من خلا تقيمه لخصائص القائم بالاتصال وما يقدمه من معلومات.

3-1-7 علاقة البرامج الإعلامية الإذاعية بجودة الخدمات

هناك ضرورة لتقوم المؤسسات العامة والخاصة باستحداث وظيفة ناطق إعلامي للمؤسسات، والقيام بتفعيل دوره تكون إحدى مهامه متابعه المشكلات التي تطرح في البرامج الإعلامية الإذاعية، وتتبعها منذ بداية طرحها في البرنامج مع المواطن الذي تقدم بشكواه تجاهها، وذلك لان المؤسسات المؤسسات العامة والخاصة تركز على ان تكون جودة الخدمات التي تقدمها للمستفيدين تتناسب مع احتياجاتهم ورغباتهم.

المبحث الثاني

جودة الخدمات المقدمة

1-2-3 مفهوم الجودة :

بالرغم من الاهتمام المتزايد بموضوع الجودة إلا ان من الملاحظ أن هناك اختلافات في تعريف الجودة وفقا لاختلاف وجهات النظر في هذا الموضوع، لذلك من الصعوبة بمكان أن نجد تعريفا متفقاً علية ويعرفها تعريفا شاملا بسبب تعدد جوانبها، الإ انها جميعاً تركز على كونها سمة للمنظمة تعكس مدى تمكنها من التغيير.

فقد عرف David Goetsch الجودة بأنها "هي حالة تترافق مع السلع والخدمات والأفراد والعمليات التي تلبي رغبات وتوقعات المستهلكين بل وتتجاوزها "[74].

وأما J.M. Juran فيرى بأنها " الملائمة للاستعمال"[75] **وعرفها Crosby**الجودة بأنها "المطابقة للمتطلبات [76] ".

في حين اعتبر **Friegenbaum** الجودة على انها " المركب الكلي للمنتج والخصائص الهندسية والتصنيعية وخصائص خدمات الصيانة أثناء إستخدام السلع والخدمات بما يتفق مع توقعات المستهلكين[77]

---

[74]Goetsch, David L.and David Stanly, “Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness”. Prentice Hall International, Inc, 1994, P 4.

[75] Juran, J.M.& Frank M. Gryna, Quality Planning and Analysis, (3rd) McGrow – Hill, Inc, N.Y, 1993, P. 3.

[76] Hicks, Philip, E., Industrial Organizational and Management: Anew Perspective, 2nd, ed, Singapora, Mc Grow - Hill. Inc. 1994, P.188.

4 Fiegenbaum, Armond V., Total Quality Control, (3rd ed), McGraw – Hill, Inc., Singapore, 1991, P.7.

بينماحدد **Deming** الجودة بأنها يجب أن تلبي إحتياجات المستهلكون الحالية والإحتياجات المستقبلية[78]...

وفي تعريف آخر عرفت الجودة بمعناها العام بأنها انتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المميزة تكون قادرة من خلالها على الوفاء بإحتياجات ورغبات عملائها بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم وتحقيق الرضا والسعادة لديهم ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج أو تقديم الخدمة وإيجاد صفة مميزة لها "[79]

كما عرفها **Schreeder** على أنها تمثل معايير متعددة مثل القيمة ، الإستخدام ، السعر، خدمة مابعد البيع، والموثوقية وأصبحت تعني كحالة عامة ملائمة السلعة والخدمة للإستعمال الفعلي للزبائن" [80].

وكذلك يشير **Robert B. Bauman** إلى أنها: محاولة كل فرد في المنظمة عمل أفضل ما لديه وتظافر جميع الجهود لتحسين اداء المنظمة من أجل تحسين حصول المستهلك على أفضل جودة للمنتج، وهذا يتطلب من الأفراد التفكير كيف يمكن عمل الأشياء بأفضل طريقة وبطرق مختلفة من أجل تحقيق الأداء الكلي وإشباع رغبات المستهلكين[81].

وعرفها كل من **Reves and Bendor** بأنها : " الجودة تمثل الميزة، القيمة والمطابقة للمواصفات الموضوعة وتلبية إحتياجات وتوقعات المستهلكين وتجاوزها "[82].

---

[78] Hicks, Philip E**., Industrial Organization and Management**, Op cit, P. 188.

[79] عمر وصفي عقلي , " **مدخل الى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة** : وجهة نظر " , ط1 , دار وائل للنشر , عمان , 2001 , ص 17 .

[80] مسلم علاوي السعد، **تحسين النوعية في المنشآت العامة للصناعات الورقية"**، آفاق إقتصادية، المجلد 19، العدد 74 ، 1998 ، ص 83.

[81] Collins,Frank C., **"Quality : The Ball in Your Court" Second Edition , Tata MC Graw** – Hill Publishing Company Limited, New Delhi, 1995, P 186.

[82] Adam J.1., Everett E., and Others , "**An International Study of Quality Improvement Approach and Firm Performance**", International Journal of Operation and Production Management, Vol 17, No 9, 1997.

وان مفهوم جودة الخدمة ينعكس من خلال إدراك المستفيد للجودة ودرجة مطابقتها لتوقعاته[83]

وأشار إياد شوكت ان جودة خدمة العميل انها تشتمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية،ويتكون الجانب الإجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم المنتجات أو الخدمات،أما الجانب الإناسي أو الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل مع العملاء[84].

واستنادا إلى ما سبق يرى الباحث بأن جودة الخدمات هي:

"مجموعة من الخصائص الملموسة وغير الملموسة في الخدمات التي تجعلها قادرة على إشباع حاجات ورغبات المستهلكين الحالية والمستقبلية وضمن الكلفة والأسعار المناسبة للمستهلكين، ويتحقق ذلك من خلال المعايير التي تم تحديدها.

3-2-2 أهمية جودة الخدمات :

حيث تدل معظم نتائج العديد من الدراسات على أن جودة الخدمة تعتبر أحد المداخل الأساسية لتحسين أداء المؤسسات الخدمية وتحقيق ميزة تنافسية في السوق[85] كذلك بين كل من الدرادكة وآخرون [86] ، عدداً من المشكلات التي تعترض تحقيق إدارة الجودة في المؤسسات الأردنية من بينها، عدم اهتمام إداراتها بهذا المصطلح، والتأكيد على كونه فلسفة إدارية فقط، وعدم وجود سياسات خاصة بجودة المنتج، وضعف بحوث التسويق...الخ

وكذلك تتبين أهمية جودة الخدمات من خلال توقع حاجات العملاء وتحديد حاجة العملاء الأساسية ومنها الحاجة للفهم ، والحاجة بالشعور بالاهمية وحاجة الراحة والحاجة بالشعور بالترحيب وانـــه

83- توفيق محمد عبد المحسن **قياس الجودة والقياس المقارن** دار الفكر العربي 2003 ص 39.

84- إياد شوكت منصور ،**إدارة خدمة العملاء** (ط1) دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع 2008،ص119

85-توفيق محمد عبد المحسن **قياس الجودة والقيلس المقارن** دار الفكر العربي 2003 ص 42.

86 -مأمون الدرادكة واخرون،**ادارة الجودة الشاملة**،عمان دار الصفاء للنشروالتوزيع 2001 ص 35،34

مرحب به وكذلك تحديد الإحتياجات عن طريق الحصول على المعلومات الراجعة وايضا من خلال الاصغاء الجيد للعملاء وهنا يتحتم على المؤسسات ان توجه الخدمة التي تقدمها للناس لهـا اقبـال وتفاعلهم معها وان تكون ذات تقنية عالية وكذلك الوقت الذي تقدم فية الخدمة هذا كله يصب فـي اهمية جودة الخدمات المقدمة لكي تضمن المؤسسات عودة العملاء لها والاقبال علـى منتجاتهـا والخدمات التي تقدمها[87] وهنا فان مقدمي الخدمة يجب ان يتعاملوا بشكل فعال مع العملاء ليقدموا مستوى راق من الخدمة[88]

3-2-3 **مبادئ إدارة جودة الخدمات:**

تعتمد إدارة الجودة الشاملة على عدة مبادئ منها:

3-2-3-1 التركيز على العملاء:

لا توجد منظمة إلا وتعمل على تقديم خدمات لعملائها، ومعيار النجاح هو رضا العملاء عن تلك الخدمات ، لذلك يمثل رضا العملاء المحور الأساسـي لادارة الجـودة (Crosby, 1984) ، فعلى المنظمة أن تسعى بشكل مستمر ودؤوب على تحقيق رضاء كل العملاء الخارجين (وهم من يكرس كافة العاملين وقتهم وجهدهم من أجل تحفيزهم لشراء خدماتها)، والعملاء الداخلين (وهم أي جهة داخل المنظمة سواء كانت أقساما أو إدارات أو أفراد وتستقبل الخدمة التي تقوم الجهة السابقة

---

[87]-اياد شوكت منصور **إدارة خدمة العملاء** (ط1) دار كنوز المعرفة العلمية للنشروالتوزيع 2008 ص130،126،125.

[88]-خضير كاظم حمود،**إدارة الجودةوخدمة العملاء**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطبعاة 2003 ص212.

بإنتاجها)، وذلك من خلال تقديم خدماتها بشكل متميز يتناسب مع توقعات العمـــلاء عنهـــا، حتـــى تكسب ولاءهم وبذلك يتحقق النجاح والقدرة على المنافسة[89] .

وادارة الجودة الشاملة تركز على كسب رضى العملاء وولائهم للخدمة التي تقدمها المنظمة، ذلـــك لقيامها على أساس تحديد العملاء (الخارجين والداخليين)، والتعـــرف علـــى احتياجـــاتهم، وفقـــا لمعلومات وبيانات يتم جمعها من العملاء بطرق مختلفة وبشكل دوري، ومن ثم تقديم الخدمات التي تتوافق مع تلك الاحتياجات، وادارة الجودة الشاملة بذلك تتنافى مع الإدارة التقليدية التي تقوم على أساس تحديد الاحتياجات والعميل على تحقيقها بمعزل تام عن العميل المقصود من تلك الخدمة[90].

2-3-2-3 قياس جودة الأداء في تقديم الخدمة:

إيجاد نظاما متكاملا لقياس مستويات الجودة التي يتم تحقيقهـــا، والتفـــاوت بـــين تلـــك المستويات يعتبر عنصر ضروريا لادارة الجودة الشاملة، وخاصة إذا كـــان هـــذا التفـــاوت فـــي المستويات يعود سببه إلي أحد عوامل نظام العمل كالعاملين أو الآلات أو النظام وغيرها، كما وأنه من ضروريات هذا العنصر أن يقوم على الأساليب الإحصائية المناسبة لتحديـــد التفـــاوت غيـــر الإيجابي في إنجاز المهام، الأمر الذي يساعد الإدارة على اتخاذ الإجراء اللازم لاصلاح عنـــصر العمل الذي تسبب في هذا التفاوت.

تركز إدارة الجودة الشاملة على أن المنظمة تستطيع السيطرة على أدائها وأداء العاملين من خلال تدريبهم على استخدام التحليلات الإحصائية البسيطة التي تساعدهم على جدولـــة أدائهـــم لفتـــرات معينة، وتحديد المجال الزمني، والمتوسط الحسابي الذي يحتاج اليه العامل لكل مهمة، من ثم يـــتم

---

89 -الخلف، عبد الله بن موسى ،" **ثالوث التميز: تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية**"، مجلة الإدارة العامة، المجلد (37)، العدد (1)، 1997 ص121-155،.

90 -المرجع نفسه، ص121–155.

القياس على ذلك في العمليات القادمة مع ضرورة مراجعة هذه الإحصائيات، والتأكد من أنها ما زالت فعالة[91].

ويشير الخلف[92] الى ان القرارات التي تتعلق بتقييم وقياس الجودة تعتمد على ،المعلومات والبيانات التي يتم جمعها وتحليلها بشكل دوري، وذلك لتجنب الأخطاء والسيطرة على الانحرافات في الأداء والحد من العيوب اللاموضوعية.

3-2-4 أبعاد جودة الخدمة :

كما هو الحال بالنسبة لمعظم المفاهيم والمصطلحات الإدارية فانه لا يوجد اتفاق بين الباحثين حول الأبعاد أو الجوانب التي تحدد مستوى جودة الخدمة حيث يرى (Parasuraman et. Al)[93] ان هناك عشرة ابعاد اساسية للجودة وهي التي تحدد جودة الخدمة وفقاً لإدراك العملاء، والتي تم تحديدها على النحو التالي:

1. **الاعتمادية Reliability** والتي تعني درجة الإتساق في اداء الخدمة وتقديمها بشكل صحيح من أول مرة .
2. **درجة الاستجابة Responsiveness** والتي تشير الي سرعة استجابة مقدمي الخدمة لمطالب واحتياجات العملاء .
3. **كفاءة وقدرة مقدمي الخدمة Competence** والتي تعني إمتلاك الأفراد مقدمي الخدمة للقدرات التي تمكنهم من تقديم خدمة متميزة للعملاء .

91-القحطاني ،سالم سعيد:" **ادارة الجودة الكلية وامكانية تطبيقها في القطاع الحكومي**"، الإدارة العامة، عدد78، ابريل 1993.

92- الخلف، عبد الله بن موسى ،" **ثالوث التميز: تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية**"، الإدارة العامة، المجلد (37)، العدد (1)، 1997ص121-155.

93-توفيق محمد عبد المحسن **قياس الجودة والقياس المقارن** دار الفكر العربي 2003 ص46،45

4. **إمكانية الوصول Access** والتي تشير إلى سهولة الوصول إلي مقدمي الخدمة والإتــصال بهم عند اللزوم أو عند الحاجة.

5. **المجاملة Courtesy** وتشير إلى حسن معاملة العملاء وتقدير ظروفهم الخاصة .

6. **الإتــصال Communication** والتي تعني تبادل المعلومات المتعلقة بالخدمة بين مقدمي الخدمة والعملاء بشكل سهل وبسيط في نفس الوقت.

7. **المصداقية Credibility** وتعني توافر درجة عالية من الثقة في مقدمي الخدمة من خلال مراعاة مصالح واحتياجات العملاء.

8. **الأمان Security** وتعني إلمام العاملين بمهام وظائفهم وبشكل يمكنهم من تقــديم خدمــة خالية من أي نوع من أنواع المخاطر للعملاء.

9. **الاهتمام والرعاية والعناية Empathy** وتكون عن طريق بذل كافة الجهــود لإشــعار العميل بذلك .

10. **الجوانب المادية والبشرية الملموسة Tangible** وتشمل المظهر الخــارجي للمعــدات والأفراد ومواد ووسائل الإتصال .

وفي عام 1988 تم تخفيض الأبعاد الى خمسة ابعاد للحكم على الجودة وهي الجوانب المادية الملموسة والاعتمادية وسرعة الاستجابة ومساعدة العملاء والثقة والتعاطف مع العميل في حين حدد Cummesson 1990 العناصر الأساسية التالية للتعرف على توقعات العمــلاء من خلال خبرة مقدمي الخدمة المهنية وجودة خدمات خاصــة والتــشخيص وطريقــة تنفيــذ التكليفات وحل المشكلات وتنفيذ الحلول والنتائج[94]

---

[94] توفيق محمد عبد المحسن **قياس الجودة والقياس المقارن** دار الفكر العربي 2003 ص45،46

ولأغراض هذه الدراسة قام الباحث بقياس ابعاد جودة الخدمة من خلال ثلاثة أبعاد هـــي:

الاستجابة، والمصداقية، والأمان.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

4-1 مقدمة

تضمن هذا الفصل وصفاً لخصائص أفراد عينة الدراسة ، والشركات المبحوثة، التي تشتمل على الخصائص الديمغرافية، أيضاً تضمن عرضاً لفرضيات الدراسة واختباراً لها كل على حده، وبشكل موسع، وتفصيلي، وأخيراً عرض النتائج الخاصة بالمقابلة التي نفذت بعد اكتمال عملية التحليل.

4-2 خصائص أفراد عينة الدراسة

أظهرت النتائج الواردة في الجدول رقم (4-1) أن نسبة الذكور في مجتمع الدراسة أعلى من نسبة الإناث حيث بلغ عدد الذكور(279) وبنسبة (80.2 %)، في حين بلغ عدد الإنـــاث (69) بنسبة (19.8%)، وهذا يشير إلى أن معظم المواطنين الذي قاموا بطرح الشكاوي مـــن الـــذكور، ويدلل هذا التوزيع على أن المجتمع الأردني هو مجتمع ذكوري.

أما عن توزيع الأفراد عينة الدراسة حسب العمر، فيشير الجدول رقم (4-1) إلى أن أعلى نسبة للفئة العمرية في مجتمع الدراسة التي تتراوح من 40 إلى أقل من 50 سنة حيث بلغت النسبة (46.0%) يليها الفئة العمرية من 30 إلى اقل من 40 سنة بنسبة (33.6%) ومن ثم الفئة العمرية 50 سنة فأكثر بنسبة (12.1%) وكانت اقلها الفئة العمرية أقل من 30 ســــــــــنة بنسبة (8.3%) وهذا يشير إلى أن معظم المواطنين الذي قاموا بطرح الشكاوي من الفئة العمرية 40 إلى أقل من 50 سنة، ويدل هذا التوزيع على أن متوسط أعمار الذين قدموا شكاويهم خلال البرامج الإعلامية الإذاعية في عينة الدراسة عالٍ نسبياً.

فيما يتعلق بتوزيع الأفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية، فيشير الجدول رقم **(4-1) إلى أن** نسبة المتزوجين من إفراد العينة كانت أعلى من نسبة الغير متزوجين، حيث بلغت نسبة المتزوجين (52.3%) ونسبة غير المتزوجين (47.7%)، ويدلل هذا التوزيع على أن المشتكين هم أرباب أسر .

أما من حيث المستوى التعليمي فإن معظم أفراد العينة كانوا من حملة البكالوريوس بنسبة (69.0%)، يليها مستوى دبلوم كلية مجتمع بنسبة (12.6%)، يليها مستوى الدراسات العليا بنسبة(9.8%)، يليها مستوى الثانوية العامة فاقل بنسبة (8.6%)، وكانت تمثل اقل نسبة من أفراد العينة، ويدلل هذا التوزيع على أن المشتكين هم من المتعلمين.

أما من ناحية توزيع المستجيبين، حسب مكان العمل فإن أكثر من نصفهم كانوا من العاملين في القطاع العام بنسبة بلغت (61.8%)، في حين بلغت نسبة العاملين في القطاع الخاص (30.2%)، كما يشير الجدول رقم (4-1) إلى أن نسبة الذين لا يعملون ونسبة المتقاعدين عن العمل هي (4%) لكل منهما. وهذا يشير إلى أن معظم إجابات أفراد العينة من فئة العاملين في القطاع العام.

أما من حيث توزيع المستجيبين حسب مكان سكناهم فإن النتائج الواردة في الجدول رقم (4-1) تشير إلى أن ما نسبته (61.8%) من أفراد العينة يقطنون منطقة عمان الغربية، والذين يقطنون منطقة عمان الشرقية (38.2%) .

أما فيما يتعلق بالمؤسسات التي تم تسجيل شكاوي بحقها ويوضح فإن النتائج الواردة في الجدول رقم (4-1) تشير إلى أن معظم المؤسسات التي تم تسجيل شكاوي بحقها تتبع للقطاع العام وبنسبة (83.6%)، أما المؤسسات التابعة للقطاع الخاص كانت بنسبة (16.4%). وهذه النتيجة تدلل على أن معظم الشكاوي كانت تتسم بكونها خدمية.

كما تشير النتائج إلى أن غالبية المواطنين قاموا بتسجيل شكاويهم مــن خــلال برنــامج بصراحة مع الوكيل وبنسبة (0.35) ، يليه البرنامج المفتوح الأمن العام بنسبة (0.30)، ثم برنامج البث المباشر بنسبة (0.23)، وبرنامج صوت حياة بنسبة (0.12).

وأيضاً تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (4-1) إلى أن معظم الشكاوي كانت تتعلــق بالمؤسسات الخدمية حيث بلغت نسبة أفراد العينة الذين سجلوا شكواهم على المؤسسات (81.9%)، يليها الشكاوي التي تتعلق بالمؤسسات التجارية وبنسبة (14.1%) من العينة، ثم الــشكاوي التــي تتعلق بالمؤسسات الصناعية والاستخراجية وبنسبة (2.0%)، وهذه النتائج تعزز النتيجة الــسابقة والتي مفادها "أن معظم الشكاوي كانت تتسم بكونها خدمية".

جدول رقـــــم (4-1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديمغرافية

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	279	80.2
	أنثى	69	19.8
العمر	أقل من 30 سنة	29	8.3
	من 30 إلى اقل من 40 سنة	117	33.6
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	**160**	**46.0**
	50 سنة فأكثر	42	12.1
الحالة الاجتماعية	متزوج	182	52.3
	غير متزوج	166	47.7
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	30	8.6
	دبلوم كلية مجتمع	44	12.6
	بكالوريوس	240	69.0
	دراسات عليا	34	9.8
مكان العمل	قطاع عام	215	61.8
	قطاع خاص	105	30.2
	بدون عمل	14	4.0
	متقاعد	14	4.0
مكان السكن	عمان الشرقية	133	38.2
	عمان الغربية	215	61.8
التبعية الإدارية للمؤسسة	العام	291	83.6
	الخاص	57	16.4
أسم البرنامج الإعلامي الإذاعي	البث المباشر	80	0.23
	البرنامج المفتوح الأمن العام	105	0.30
	بصراحة مع الوكيل	120	0.35
	برنامج صوت حياة	43	0.12
طبيعة (نوع) الشكوى	خدمية	285	81.9
	تجارية	49	14.1
	صناعية	7	2.0
	استخراجية	7	2.0

4- 3 أبعاد البرامج الإذاعية، وأبعاد جودة الخدمات المقدمة

فيما يلي النتائج الخاصة بالجزء الثاني والثالث من الاستمارة، بالنسبة للجزء الأول الذي تضمن تقدير أبعاد البرامج الإذاعية من حيث آلية طرح الشكاوي وتناولها، وإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، وكفاءة القائمين على البرامج الإذاعية، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية لكل عبارة من العبارات الواقعة تحت كل بُعد من هذه الأبعاد، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale).

أما بالنسبة للجزء الثاني الذي تضمن تقدير أبعاد جودة الخدمات المقدمة من حيث الاستجابة، والأمان، والمصداقية، حيث تم أيضاً حساب المتوسطات الحسابية لكل عبارة من العبارات الواقعة تحت كل بُعد من هذه الأبعاد، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)

4- 4 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد البرامج الإذاعية ، و جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة:

4- 4- 1 أبعاد البرامج الإذاعية

1- آلية طرح الشكاوي وتناولها:

يتضمن الجدول رقم (4-2) النتائج الخاصة بإجابات أفراد العينة عن الفقرات الست حول **آلية طرح الشكاوي وتناولها** ومنه تبين أن آلية طرح البرامج الإذاعية الشكاوي وهموم المواطنين كانت بالمتوسط العام، بدرجة عالية وفقاً لمعيار التحليل المعتمد لغايات هذه الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لبعد آلية طرح الشكاوي وتناولها (3.95)، مع بعض التفاوت في درجات مؤشرات آلية طرح البرامج الإذاعية الشكاوي وتناولها وتراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات البعد بين (3.53 – 4.55) وكان أعلاها الفقرة رقم (3) " تأخذ البرامج الإذاعية بعين الاعتبار التفاصيل لمتعلقة بالشكاوي المقدمة" بمتوسط حسابي بلغ (4.55)، يليها فقرة رقم (5) " تُتابع البرامج

الإذاعية هموم وقضايا الوطن والمواطن بشكل يومي وفعال " بمتوسط حسابي (4.44)، بينما أضعفها كان الفقرة رقم (6) " تقوم البرامج الإذاعية بطرح شكاوي روتينية ومتكررة."(3.53)، من مجمل فقرات البعد والبالغة (6) فقرات.

وتدل قيم الانحرافات المعيارية الواردة في الجدول رقم (4−2)، التي تراوحت من (0.64) إلى (0.754) على تقارب إجابات أفراد العينة حول الفقرات المتعلقة بآلية طرح الشكاوي وتناولها.

يستنتج مما سبق، أن أفراد العينة يرون أن البرامج الإذاعية الأردنية تتمتع بدرجة عالية في آلية طرحها الشكاوي وتناولها، إلا أن أوجه الضعف الرئيسة، هي في طرحها شكاوي روتينية ومتكررة.

جدول رقـــــــم (4-2)

آلية طرح الشكاوي وتناولها.

الرقم	*الفقرة*	*المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري
1	**تعتمد البرامج الإعلامية الإذاعية على آلية متطورة في طـرح الشكاوي وتناولها (اتصال مباشر، بريـد الكترونـي، رسـائل الكترونية).**	3.79	0.75
2	**تقوم البرامج الإعلامية الإذاعية بتناول شكاوى هامـة تمثـل هموم الوطن والمواطن.**	3.67	0.65
3	**تأخذ البرامج الإعلامية الإذاعيـة بعـين الاعتبـار التفاصـيل لمتعلقة بالشكاوي المقدمة.**	4.55	0.64
4	**تطرح البرامج الإعلاميـة الإذاعيـة حلـول قابلـة للتطبيـق للشكاوى التي تناولتها .**	3.77	0.754
5	**تُتابع البرامج الإعلاميـة الإذاعيـة همـوم وقـضايا الـوطن والمواطن بشكل يومي وفعال.**	4.44	0.73
6	**تقوم البرامج الإعلامية الإذاعيـة بطـرح شـكاوي روتينيـة ومتكررة.**	3.53	0.64
	بعد آلية طرح الشكاوي وتناولها ككل	3.95	

المصدر: أعده الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي

2- إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية

يتضمن الجدول رقم (4-3) النتائج الخاصة بإجابات أفراد العينة عن الفقرات الست حول إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية ومنه تبين أن إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية كانـت بالمتوسط العام، بدرجة عالية وفقاً لمعيار التحليل المعتمد لغايات هذه الدراسة، حيث بلغ المتوسـط الحسابي العام لبعد إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية (3.73) مع بعض التفاوت في درجـات مؤشرات لبعد إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية وتراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقـرات البعد بين (3.45 – 4.56) وكان أعلاها لفقرة رقم (5) " الإخـراج العـام للبرنـامج الإعلامـي

والإذاعي مناسب (صوت، ..الخ)" بمتوسط حسابي بلغ (4.56)، يليها فقرة رقم (2) " تقدم البرامج الاعلامية الاذاعية في أوقات متنوعة تتناسب مع أوقات المواطنين " بمتوسط حسابي (3.71)، بينما كان أضعفها الفقرة رقم (4) " تتم عملية تلقي الشكاوى دون ان تتسبب في مضايقة المواطن عند تقديم شكواه."، من مجمل فقرات البعد والبالغة (6) فقرات.

وتدل قيم الانحرافات المعيارية الواردة في الجدول رقم (4−2)، التي تراوحت من (0.61) إلى (0.74) على تقارب إجابات أفراد العينة حول الفقرات المتعلقة بإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية.

يستنتج مما سبق، أن أفراد العينة يرون أن البرامج الإذاعية الأردنية تتمتع بدرجة عالية في إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، إلا أن أوجه الضعف الرئيسة، هي في عملية تلقي الشكاوى دون أن تتسبب في مضايقة المواطن عند تقديم شكواه.

جدول (4− 3)

إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تخصص البرامج الإعلامية الإذاعية فترة زمنية كافية لطرح الشكاوي المقدمة من المواطن.	3.47	0.64
2	تقدم البرامج الإعلامية الإذاعية في أوقات متنوعة تتناسب مع أوقات المواطنين.	3.71	0.66
3	تقوم البرامج الإعلامية الإذاعية باستضافة المسئول مباشرة على الهواء لتلقي الشكوى.	3.63	0.74
4	تتم عملية تلقي الشكاوى دون أن تتسبب في مضايقة المواطن عند تقديم شكواه.	3.45	0.641
5	الإخراج العام للبرنامج الإعلامي والإذاعي مناسب (صوت، ..الخ).	4.56	0.61
6	يعد مستوى الأداء في البرامج مناسب وعلمي.	3.61	0.63
	بعد إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية ككل	3.73	

المصدر: أعده الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي

3- كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية

يتضمن الجدول رقم (4-4) النتائج الخاصة بإجابات أفراد العينة عن الفقـرات الخمـس حول كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية ومنه تبين أن كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية كانت بالمتوسط العام، بدرجة عالية وفقاً لمعيار التحليل المعتمد لغايات هذه الدراسة، حيث بلغ المتوسـط الحسابي العام لبعد كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية (**3.81**) مع بعض التفاوت فـي درجـات مؤشرات لبعد كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية وتراوحت قيم المتوسطات الحـسابية لفقـرات البعد بين (2.11 – 4.59) وكان أعلاها الفقرة رقم (3) " يتم التعامل من قبل القائمين على البرامج مع جميع شكاوى المواطنين بعدالة وانصاف بغض النظر عن طبيعة المـشتكي عليـة وموقعـه الوظيفي." بمتوسط حسابي بلغ (4.59)، يليها فقرة رقم (1) " يتمتع القائمين على البرامج الإذاعية بخبرة وكفاءة عالية في تحديد موضوع الشكوى وتفهمها." بمتوسط حسابي (4.37)، بينما أضعفها كان للفقرة رقم (4) " يتم استقبال المكالمات الهاتفية في البرامج الإذاعية بشأن شكاوى المـواطنين بدون تأخير"، من مجمل فقرات البعد والبالغة (5) فقرات.

وتدل قيم الانحرافات المعيارية الواردة في الجدول رقم (4-4)، التي تراوحت من (0.67) إلى (1.197) على تقارب إجابات أفراد العينة حول الفقرات المتعلقة كفاءة القائمين علـى البـرامج الإذاعية.

يستنتج مما سبق، أن أفراد العينة يرون أن البرامج الإذاعية الأردنية تتمتع بدرجة عاليـة في كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية، إلا أن أوجه الضعف الرئيسة، هي فـي عمليـة تلقـي الشكاوى دون أن تتسبب في مضايقة المواطن عند تقديم شكواه، وهذا قد يكون الأمر طبيعي بديهي وذلك بسبب ضغط المكالمات على أرقام محدودة للبرنامج، وإعداد محدودة من العاملين.

جدول (4- 4)

كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يتمتع القائمين على البرامج الإذاعية بخبرة وكفاءة عالية في تحديد موضوع الشكوى وتفهمها.	4.37	0.75
2	يتم التعامل من قبل القائمين على البرامج مع جميع شكاوى المواطنين بعدالة وإنصاف بغض النظر عن طبيعة المؤسسة أو الشركة التي تتم الشكوى بشأنها.	3.85	0.80
3	يتم التعامل من قبل القائمين على البرامج مع جميع شكاوى المواطنين بعدالة وإنصاف بغض النظر عن طبيعة المشتكي علية وموقعه الوظيفي.	4.59	0.67
4	يتم استقبال المكالمات الهاتفية في البرامج الإعلامية الإذاعية بشأن شكاوى المواطنين بدون تأخير.	2.11	1.197
5	يتبني القائمين على البرامج الإعلامية الإذاعية الموضوعية التامة في طرح الشكاوى المقدمة.	4.15	1.26
بعد كفاءة القائمين على البرامج الإعلامية ككل		3.81	

المصدر: أعده الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي

خلاصة نتائج تقدير أبعاد البرامج الإذاعية

يمكن أن تُعرض خلاصة للنتائج حول تقدير أبعاد البرامج الإذاعية من حيث آلية طرح الشكاوي وتناولها، وإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، وكفاءة القائمين على البرامج الإعلامية، في هذه الدراسة، كما هو مبين بالجدول رقم (4–5)، ومنه يتبين أن رأي أفراد العينة في هذه الشركات حول أبعاد البرامج الإعلامية الإذاعية هو أنها تتمتع بدرجة عالية بالمتوسط العام (3.83)، كما كان المتوسط لآلية طرح الشكاوي وتناولها هو الأعلى (3.95)، يليه المتوسط لكفاءة القائمين على البرامج الإعلامية (3.81)، أما المتوسط الأدنى فهو لإمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية (3.35).

أما بالنسبة للمجالات الفرعية الأعلى للبرامج الإعلامية الإذاعية للمؤشرات الثلاثة، فكانت " التعامل مع شكاوى المواطنين بعدالة وإنصاف بغض النظر عن طبيعة المشتكي علية وموقعه الوظيفي"، فبلغت درجة الموافقة (4.59)، يليها " الإخراج العام للبرنامج الإعلامي والإذاعي"، ثم " الأخذ بعين الاعتبار تفاصيل الشكاوي المقدمة".

بينما كانت المجالات الأقل للبرامج الإعلامية الإذاعية للمؤشرات الثلاثة في مجال "استقبال المكالمات الهاتفية"، وكانت درجة الموافقة (2.11)، يليها " تلقي الشكاوى عند تقديم الشكاوي" وكانت درجة الموافقة(3.45) ، " ثم "تخصيص فترة زمنية كافية" وكانت درجة الموافقة(3.47) .

جدول رقم (4-5)

الأبعاد الرئيسة للبرامج الإذاعية

البُعد	**المتوسط الحسابي**	**الدرجة**	**المجال**	**المتوسط الحسابي**	**المجال**	**المتوسط الحسابي**
الأبعاد الرئيسة			**المجالات الأفضل**		**المجالات الأضعف**	
آلية طرح الشكاوي	**3.95**	عالية	تأخذ البرامج الإعلامية الإذاعية بعين الاعتبار التفاصيل لمتعلقة بالشكاوي المقدمة	**4.55**	تقوم البرامج الإعلامية الإذاعية بطرح شكاوي روتينية ومتكررة	**3.53**
إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية	**3.73**	عالية	الإخراج العام للبرنامج الإعلامي والإذاعي مناسب	**4.56**	تتم عملية تلقي الشكاوى دون أن تتسبب في مضايقة المواطن عند تقديم شكواه.	**3.45**
كفاءة القائمين على البرامج	**3.81**	عالية	يتم التعامل من قبل القائمين على البرامج مع جميع شكاوى المواطنين بعدالة وإنصاف بغض النظر عن طبيعة المشتكي علية وموقعه الوظيفي.	**4.59**	يتم استقبال المكالمات الهاتفية في البرامج الإعلامية الإذاعية بشأن شكاوى المواطنين بدون تأخير.	**2.11**
المتوسط الحسابي العام للبرامج الإذاعية	**3.42**	عالية				

المصدر: أعده الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي

4-4-2 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد جودة الخدمات المقدمة

تم اختيار ثلاثة أبعاد لقياس جودة الخدمات المقدمة، هي: الاستجابة، والأمان، والمصداقية وهو أن تقييم الجودة لا بد وأن يأخذ بعين الاعتبار هذه الأبعاد، وغيرها من قبل المؤسسات العامة والخاصة، لما لها من أثر جوهري وأساسي في تحسين قدرتها تنافسياً في ظل التطورات والتحديات التي تواجهها منظمات اليوم.

وعليه فقد تم صياغة مجموعة من الأسئلة في الاستمارة لأخذ رأي أفراد العينة في الشركات المبحوثة حول مستوى كل بعد من أبعاد الجودة، وفيما يلي النتائج الخاصة بكل منها.

1- **الاستجابة**

يظهر من جدول (4- 6) أن المتوسط الحسابي العام لبعد الاستجابة بلغ (3.35)، وتراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات البعد بين (2.27 – 4.62) وكان أعلاها للفقرة رقم (5) " عملت المؤسسة على رفع قدراتها نتيجة لشكاوى المواطنين" بمتوسط حسابي بلغ (4.62)، يليها فقرة رقم (4) " ساهمت البرامج الإعلامية الإذاعية في الحد من المماطلة في تقديم الخدمات المقدمة من المؤسسات " بمتوسط حسابي (3.61)، بينما أدنى متوسط حسابي كان لفقرة رقم (3) " تستجيب المؤسسات لشكاوى المواطنين باهتمام ومسؤولية "(2027)، من مجمل فقرات البعد والبالغة (5) فقرات.

جدول رقم (4-6)

المتوسطات الحسابية لفقرات الاستجابة

الرقم	الفقــرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تأخذ المؤسسات شكواى المواطنين عبر البرامج الاعلامية الاذاعية بجدية.	3.14	1.54
2	تستجيب المؤسسات بسرعة لحل شكاوى المواطنين.	3.12	0.62
3	تستجيب المؤسسات لشكاوى المواطنين باهتمام ومسؤولية.	2.27	1.35
4	ساهمت البرامج الاعلامية الاذاعية في الحد من المماطلة في تقديم الخدمات المقدمة من المؤسسات.	3.61	0.66
5	عملت المؤسسة على رفع قدراتها نتيجة لشكاوى المواطنين.	4.62	0.66
	المتوسط الحسابي لبعد الاستجابة ككل	**3.35**	

2- الأمان

يظهر من جدول (4- 7) أن المتوسط الحسابي العام لبعد الأمان بلغ (**3.37**)، وتراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات البعد بين (3.00 – 3.87) وكان أعلاها للفقرة رقم (3) " توفر البرامج الإعلامية الإذاعية الحماية للمواطن من الأشخاص الذين يشغلون مناصب عليا في إدارات المؤسسات المشكوة " بمتوسط حسابي بلغ (3.87)، يليها فقرة رقم (1) " أصبح العاملين في المؤسسات يقدمون الخدمات للمواطنين حسب أولوية دخولهم المؤسسة وبدون تجاوزات " بمتوسط حسابي (3.49)، بينما أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (4) " أصبحت المؤسسة تقدم خدمات خالية من المخاطر "، من مجمل فقرات البعد والبالغة (4) فقرات.

جدول رقم (4-7)

المتوسطات الحسابية لفقرات الامان

الرقم	الفقــرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	أصبح العاملين في المؤسسات يقدمون الخدمات للمواطنين حسب أولوية دخولهم المؤسسة وبدون تجاوزات.	3.49	0.57
2	توفر البرامج الاعلامية الاذاعية الحماية للمواطن من المؤسسات التي تقدم شكوى بحقها.	3.15	1.21
3	توفر البرامج الاعلامية الاذاعية الحماية للمواطن من الأشخاص الذين يشغلون مناصب عليا في ادارات المؤسسات المشكوة.	3.87	0.59
4	أصبحت المؤسسة تقدم خدمات خالية من المخاطر.	3.00	0.98
المتوسط الحسابي لبعد الامان ككل		**3.37**	

3- المصداقية

يظهر من جدول (4- 8) أن المتوسط الحسابي العام لبعد المصداقية بلغ (3.86)، وتراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات البعد بين (2.95 – 4.63) وكان أعلاها لفقرة رقم (3) " تتحمل المؤسسات المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزامتها اتجاه المجتمع في حل المشكلات المتعلقة بها " بمتوسط حسابي بلغ (4.63) يليها فقرة رقم (2) " تقوم المؤسسات على حل المشكلات بدقة وشفافية، يليها فقرة رقم (4) " يعتبر طرح المشكلات التي تواجه المجتمع في البرامج الاعلامية الاذاعية وسيلة مناسبة لايجاد الحلول لها " بمتوسط حسابي بلغ (3.59) بينما أدنى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (1) " تعمل المؤسسات على حل المشكلات بشكل عملي وفعلي " بمتوسط حسابي بلغ (2.95)، من مجمل فقرات الابعاد والبالغة (4) فقرات.

جدول رقم (4-8)

المتوسطات الحسابية لفقرات المصداقية

الرقم	الفقــرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تعمل المؤسسات على حل المشكلات بشكل عملي وفعلي.	2.95	0.94
2	تقوم المؤسسات على حل المشكلات بدقة وشفافية.	4.29	1.26
3	تتحمل المؤسسات المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع في حل المشكلات المتعلقة بها.	4.63	0.69
4	يعتبر طرح المشكلات التي تواجه المجتمع في البرامج الإعلامية الإذاعية وسيلة مناسبة لإيجاد الحلول لها	3.59	0.49
	المتوسط الحسابي لبعد المصداقية ككل	**3.86**	

خلاصة نتائج تقدير أبعاد الجودة المقدمة

يمكن أن تُعرض خلاصة للنتائج حول تقدير أبعاد الجودة المقدمة من حيث الاستجابة، والأمان والمصداقية في هذه الدراسة، كما هو مبين بالجدول رقم (4–9)، ومنه يتبين أن رأي أفراد العينة في هذه الشركات حول أبعاد الجودة المقدمة هو أنها تتمتع بدرجة عالية بالمتوسط العام (3.52)، كما كان المتوسط للمصداقية هو الأعلى (3.86)، يليه المتوسط للامان (3.37)، أما المتوسط الأدنى فهو للاستجابة (3.35) .

أما بالنسبة للمجالات الفرعية الأكثر تميزا للمؤشرات الثلاثة، فكانت " تتحمل المؤسسات المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع في حل المشكلات المتعلقة بها "، فبلغت درجة الموافقة (4.63)، يليها " عملت المؤسسة على رفع قدراتها نتيجة لشكاوى المواطنين "، ثم " تقوم المؤسسات على حل المشكلات بدقة وشفافية ".

بينما كانت المجالات الأكثر ضعفاً للمؤشرات الثلاثة في مجال " تستجيب المؤسسات لشكاوى المواطنين باهتمام ومسؤولية "، وكانت درجة الموافقة (2.27)، يليها " تعمل المؤسسات على حل المشكلات بشكل عملي وفعلي " وكانت درجة الموافقة(2.95) ، " ثم " تستجيب المؤسسات بسرعة لحل شكاوى المواطنين " وكانت درجة الموافقة(3.12) .

جدول رقم (4-9)

الأبعاد الرئيسة لجودة الخدمات

الأبعاد الرئيسة			المجالات الأفضل		المجالات الأضعف	
البُعد	المتوسط الحسابي	الدرجة	المجال	المتوسط الحسابي	المجال	المتوسط الحسابي
الاستجابة	**3.35**	عالية	عملت المؤسسة على رفع قدراتها نتيجة لشكاوى المواطنين	**4.62**	تستجيب المؤسسات بسرعة لحل شكاوى المواطنين	**3.12**
الأمان	**3.37**	عالية	توفر البرامج الإعلامية الإذاعية الحماية للمواطن من الأشخاص الذين يشغلون مناصب عليا في إدارات المؤسسات المشكوة	**3.87**	أصبحت المؤسسة تقدم خدمات خالية من المخاطر	**3.00**
المصداقية	**3.86**	عالية	تتحمل المؤسسات المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع في حل المشكلات المتعلقة بها.	**4.63**	تعمل المؤسسات على حل المشكلات بشكل عملي وفعلي	**2.95**
المتوسط الحسابي العام لجودة الخدمات	**3.52**	متوسطة				

المصدر : أعده الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي

4-5 اختبار الفرضيات

فيما يلي عرض للنتائج الخاصة باختبار فرضيات الدراسة:

1- الفرضية الرئيسة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبرامج الإذاعية ممثلة بأبعادها (آلية طرح الشكاوي وتناولها، إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية) في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة.

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم تطبيق تحليل الانحدار المتعدد للكشف عن وجود تأثير لاستخدام أبعاد البرامج الإذاعية على جودة الخدمات المقدمة **من المؤسسات العامة والخاصة.** الجدول(4-10) يوضح ذلك .

جدول (4- 10)

تحليل الانحدار المتعدد

البعد	β	t	Sig.	R	R^2	F	Sig.	النتيجة
آلية طرح الشكاوي وتناولها.	0.572	17.339	0.004	0.859	0.737	321.867	0.000	قبول الفرضية
امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية.	0.186	5.587	0.023					
كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية .	0.295	9.419	0.016					

يظهر من جدول (4- 10) أن قيمة معامل الارتباط للنموذج الكلي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بلغت (0.859) وهي تدل على وجود علاقة قوية، كما بلغت قيمة الاختبار (F) (321.867) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000) ، أما بالنسبة لتأثير أبعاد البرامج الإذاعية في جودة الخدمات المقدمة كل على حدة فقد جاء بالدرجة الأولى بعد " **آلية طرح الشكاوي وتناولها**" حيث بلغت قيمة (t)(17.339) وبلغت نسبة التأثير (0.572) وهي تمثل قيمة (β)، وجاء بالدرجة الثانية بعد " **كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية** " حيث بلغت قيمة (t) (9.419) وبنسبة تأثير (0.295)، وجاء بالدرجة الأخيرة بعد " **امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية** " حيث بلغت قيمة (t) (5.587) وبنسبة تأثير(0.186) .

مما يشير إلى وجود أثر لأبعاد البرامج الإذاعية ممثلة بأبعادها (**آلية طرح الشكاوي وتناولها، امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية**) في جودة الخدمات المقدمة **من المؤسسات العامة والخاصة**، وبهذا يتم قبول الفرضية.

والجدول (4-11) يوضح انة لا توجد علاقة بين المتغيرات المستقلة مع بعضها البعض

الجدول (4-11)

تعددية الترابط الخطي : Multi colinearity

البرامج الاعلامية الاذاعية	**آلية طرح الشكاوي وتناولها**	**امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية**	**كفاءة القائمين على البرامج الإعلامية**
آلية طرح الشكاوي وتناولها	-	-0.10	0.107
امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية		-	0.026
كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية			-

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

تضمن الفصل الرابع عرضاً لنتائج الدراسة في ضوء أسئلتها وفرضياتها. أما هذا الفصل الحالي فيهدف لتقديم إيجاز لأهم النتائج، التي تم التوصل إليها في الفصل الرابع، والاستنتاجات ومناقشتها، بهدف توضيح التوصيات التي ارتآها الباحث في ضوء هذه النتائج.

5-1 ملخص النتائج والاستنتاجات ومناقشتها

5-1-1 النتائج المتعلقة بخصائص أفراد العينة

اعتمدت الدراسة على إجابات أفراد العينة من المشتكين الذكور (80.2 %)، أكثر من نصفهم بعمر عالٍ، ومتزوجين، وذوي مؤهلات علمية عالية نسبياً بكالوريوس (69%) ودراسات عليا (9.8%)، بالإضافة إلى أن معظم أفراد العينة كانوا من العاملين بالقطاع العام بنسبة (61.8%).

وهذه الخصائص تمكن من الاستنتاج، أن أفراد العينة ذكور ناضجون، مؤهلون، ومسؤولين، وقادرون على طرح الشكاوي، مما يعطي مصداقية للبيانات، ولكن هناك معوقات اجتماعية تحول دون تقديم الشكاوي من قبل المرأة، ويعزى ذلك إلى أن الدراسة نفذت في مجتمع عربي له ثقافته الخاصة، فالذكور هم أرباب الأسر، والمسؤولين عن رعاية أسرهم وتلبية طلباتهم، وأنهم يستمعون إلى البرامج الإعلامية الإذاعية أثناء ذهابهم الي عملهم أو في مكان عملهم، كما يمكن الاستنتاج أن معظم المواطنين الذي قاموا بطرح الشكاوي المتلقين للخدمات، ومعنيين بتطوير أداء المؤسسات العامة، وتحسين جودة الخدمات المقدمة بما يتناسب مع حاجات مجتمعهم.

كما شملت عينة الدراسة نسبة كبيرة من المواطنين الذين يقطنون منطقة عمان الغربية بلغت (61.8%)، وهذا يعزى إلى أن نسبة عدد سكان هذه المنطقة عالية، وأن هذه الفئة السكانية تركز على الشكاوي ذات الطابع الخدمي، وأن شكاويهم تتسم بالعمومية حيث يتواجد فيها عدد من الوزارات، والدوائر الحكومية، والسفارات، ويسكنها مسؤولين حكوميون ومسؤولين من القطاع الخاص، على عكس منطقة عمان الشرقية، التي يقنطنها مواطنين من الطبقة المتوسطة والفقيرة والتي تركز شكاويهم على الشكاوي ذات الطابع الاقتصادي والتي غالباً ما تتسم بالخصوصية. وما يعزز هذا الاستنتاج أن نتائج التحليل أظهرت أن معظم المؤسسات التي تم تسجيل شكاوي بحقها تتبع للقطاع العام وكانت نسبتها (83.6%)، وهذا يشير الي ان مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسات العامة لا يرقى الي المستوى المطلوب وهذا يتطلب من المؤسسات العمل على تحسين خدماتها.

أما فيما يتعلق باسم البرنامج الذي تم تسجيل الشكوى في، فإن معظم المواطنين قاموا بتسجيل شكاويهم في برنامج بصراحة مع الوكيل (35%)، يليه البرنامج المفتوح الأمن العام (30%)، وبرنامج البث المباشر، وبرنامج صوت حياة (23%)، (12%) على التوالي، وتتفق هذه النتيجة مع ما تذيعه وسائل الإعلام أن بصراحة مع برنامج الوكيل الأول في الأردن، وأن هذا البرنامج بصراحة يحضا بشعبية كبيرة بين المستمعين الأردنيين، أما بالنسبة لبرنامج المفتوح الأمن العام لا يقل أهمية عن برنامج بصراحة مع الوكيل، وذلك لاهتمامه بالقضايا الأمنية وأمور السير على الطرق الداخلية والخارجية، فهو أيضاً يمس هموم المواطن وقضاياه، أما بالنسبة لبرنامج صوت حياة فهو برنامج إذاعي تابع للقطاع الخاص، هدفه ربحي، وهذه النتيجة منطقية عموماً.

2-1-5 النتائج المتعلقة بالبرامج الإذاعية وأبعادها

اتفقت آراء العينة على أن الأبعاد الثلاثة، التي تناولتها الدراسة مهمة.

بالنسبة للنتائج الخاصة بأبعاد للبرامج الإذاعية، أظهرت النتائج تمتع البرامج الإعلامة الإذاعية الأردنية بدرجة كلية عالية (3.83)، وجاءت آلية طرح الشكاوي وتناولها عالية، حيث احتلت المرتبة الأولى (3.95) تلاها كفاءة القائمين على البرامج بدرجة عالية (3.81%)، وكان البعد الأضعف هو إمكانية الحصول على الخدمة (3.73%). هذه النتيجة توحي بأن الاهتمام بالاهتمام بالمواطنين وشكاويهم ما زال محدوداً إلى حد ما، والذي نعتبر فيه أن شكاوي المواطنين بالغة الأهمية.

كذلك أظهرت الدراسة أن المجالات الأعلى للبرامج الإذاعية كانت في المجالات الفرعية التالية: "التعامل مع شكاوى المواطنين بعدالة وإنصاف بغض النظر عن طبيعة المشتكي علية وموقعه الوظيفي"، فبلغت درجة الموافقة (4.59)، يليها "الإخراج العام للبرنامج الإعلامي والإذاعي"، ثم " الأخذ بعين الاعتبار تفاصيل الشكاوي المقدمة".

أما المجالات التي ظهرت أكثر ضعفاً، والتي تحتاج إلى اهتمام من قبل إدارات البرامج ، فكانت في الأبعاد الفرعية التالية: "استقبال المكالمات الهاتفية" (2.11)، يليها "تلقي الشكاوى عند تقديم الشكاوي" ، ثم "تخصيص فترة زمنية كافية".

وأعطت عينة المسؤولين الذين تمت مقابلتهم عدداً من الأسباب المحتملة، لمجالات الضعف الخاصة منها، اتصال المواطنين بنفس الوقت مما يؤدي ذلك إلى ضغط على مقسم البرنامج وبالتالي قد ينتظر المتصل فترة طويلة من الزمن تصل إلى ساعة، ساعتين ...الخ، ينتهي معها الوقت المخصص للبرنامج كما يلاحظ الباحث من خلال بث بعض البرامج تخلل الوقت

المخصص لفواصل إعلانية، وغنائية تأخذ جزء من وقت البرامج، وأن بعض البرامج تبث في الفترة الصباحية فقط، وبعضها يبثها على فترتين ومثل هذه البرامج تحظا بميزة أكثر.

تعكس هذه النتائج تركيز أنشطة البرامج الإعلامية الإذاعية وسياستها على البرنامج الإعلامي الإذاعي نفسه وعلى القائمين عليه كهدف، وتغييب المواطن "عين البرامج" نسبياً على التجاوزات التي تحصل في بعض المؤسسات العامة والخاصة، فهو أساس لبناء الوطن وبإحساسه بأهميته نزيد من انتماءه وولائه له " فهو أغلى ما نملك" مقتبس عن أقوال سيدنا المغفور له بإذن الله الملك الحسين بن طلال رحمه الله.

3-1-5 النتائج المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات

بالنسبة للنتائج الخاصة بالأبعاد الثلاثة، أظهرت نتائج الدراسة تمتع المؤسسات العامة والخاصة بمستوى جودة خدمات كلي عالي (3.52)، وجاءت المصداقية، في المتوسط الأعلى واحتلت المرتبة الأولى (3.86)، يليها الأمان (3.37)، وأخيراً الاستجابة (3.35).

تفسر هذه النتيجة بعض النتائج السابقة، المتعلقة بوجود ضعف في جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة، مما أسهم في جعل الاستجابة لمتطلبات المواطنين، هو المجال الأضعف.

أما بالنسبة للمجالات الفرعية الأفضل (بمتوسطات أعلى) لجودة الخدمات المقدمة، هي: تتحمل المؤسسات المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع (4.63)، وقدرة إدارة المؤسسات على رفع قدراتها (جودتها) وقيام بحل المشكلات بدقة وشفافية.

ويمكن تبرير هذه النتائج بطبيعة إستراتيجية الجودة المعتمدة من قبل المؤسسات، وإلى أن إداراتها قد أدركت الحاجة إلى التغيير في ظل التحديات، التي تفرضها الساحة العالمية، وخصوصاً

دخول الأردن في منظمة التجارة العالمية، والاهتمام، نوعاً ما، بمفهوم الجودة الشاملة، واتخاذها إستراتيجية تنافسية تلزمها بتقليل شكاوي المواطنين من جودة خدماتها بشكل عام.

أما المجالات الأكثر ضعفاً، والتي تستدعي اهتمام المؤسسات بها، فقد كان المتوسط الاستجابة لشكاوى المواطنين باهتمام ومسؤولية (2.27)، ومتوسط حل المشكلات بشكل عملي وفعلي (2.95)، والاستجابة السريعة لحل شكاوى المواطنين (3.12).

ويمكن الاستنتاج من هذه النتائج عدم معرفة الإدارات العليا في المؤسسات العامة والخاصة بالشكاوي والتي قد تعرض على إداراتها الأخرى بالمؤسسات المسؤولين عنها، وهذا يقود إلى الاستنتاج عدم كفاءتهم وعدم قدرتهم على المتابعة، وإلى عدم إدخال تكنولوجيا متطورة، فهذه نتيجة ضعف القدرات المالية للمؤسسات، ونقص الخبرات في البحث والتطوير، وعدم إفساحها المجال للعاملين المؤهلين، لتحسين خدماتها مما يحرمها من التميز في تقديم الخدمات، بالإضافة إلى الإجراءات التي تتبعها المؤسسات في الرد مطالبات المواطنين.

بناءً على المناقشات السابقة، يمكن وصف هذه بالمؤسسات المستجيبة (Reactor Companies)، فهي تعاني من حلقة مفقودة بينها وبين المواطنين، وهي البرامج الإعلامية والإذاعية.

4-1-5 النتائج الخاصة باختبار الفرضيات ومناقشتها

أبرز هذه النتائج كانت كما يلي:

أولاً: قبول الفرضية الرئيسة وتفرعاتها، مما يسمح بالاستنتاج بما يلي: هناك علاقة ارتباط طردية، وذات دلالة إحصائية بين كل بعد من أبعاد البرامج الإذاعية، وبين كل بُعد من أبعاد جودة الخدمات، سواء أكانت مجتمعةً أم منفصلةً.

وهذه النتيجة تسمح بالاستنتاج أن البرامج الإعلامية الإذاعية تلعب دوراً رئيساً ومؤثراً في أبعاد جودة الخدمات للمؤسسات التي تعرضت للشكاوي.

ثانياً: أظهرت النتائج الخاصة بتحديد مدى التفسير وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين متغيرات البرامج الإذاعية، وبين متغيرات الجودة، حيث بلغ معامل الارتباط (0.859)، واعتماداً على معامل التحديد، فإن متغير البرامج الإعلامية الإذاعية يفسر ما نسبته (73.7%) من درجة التباين في جودة الخدمات الكلي، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (0.737) وهي مقبولة إحصائيا.

وعلى مستوى الفرضيات الفرعية، أظهرت النتائج أن متغير آلية طرح الشكاوي وتناولها، يفسر ما نسبته (0.391%) من التباين في مؤشرات الجودة الكلية مجتمعةً، ومتغير إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية يفسر ما نسبته (0.127%) من التباين في مؤشرات الجودة الكلية مجتمعةً، ومتغير كفاءة القائمين على البرامج الإعلامية الإذاعية يفسر ما نسبته (0.171%) من التباين في مؤشرات الجودة الكلية مجتمعةً، وجميعها مقبولة إحصائيا.

وأما بالنسبة للنتائج الخاصة بالأثر، وحسب نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وقيمة المعامل المعياري (Beta) فقد تبين أن متغير آلية طرح الشكاوي وتناولها كان الأكثر أثراً في الجودة الكلية بمعامل المعياري (0.572)، تلاه متغير كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية معامل المعياري (0.295) وأخيرا متغير إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية الأقل أثراً بمعامل المعياري (0.186).

هذه النتائج تعزز الاستنتاج السابق، وهو أن الشركات كانت تعطي الأولوية كفاءة القائمين على البرامج الإعلامية الإذاعية، في حين أظهرت النتائج أن أكثر الإبعاد تأثيراً في الجودة هي آلية طرح الشكاوي وتناولها.

ويمكن تلخيص ابرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة كما يلي:

1. يوجد أثر للبرامج الإعلامية الإذاعية ممثلة بأبعادها (آلية طرح الشكاوي وتناولها، امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية) في جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) .
2. يوجد تفاوت في درجة تأثير أبعاد للبرامج الإعلامية الإذاعية ممثلة بأبعادها (آلية طرح الشكاوي وتناولها، امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية، كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية) على جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات العامة والخاصة على النحو التالي:

حيث جاء بالدرجة الاولى الأولى بعد " **آلية طرح الشكاوي وتناولها**" حيث بلغت قيمة (t)(7.339) وبلغت نسبة التأثير (0.572) وهي تمثل قيمة (β)، وجاء بالدرجة الثانية بعد " **كفاءة القائمين على البرامج الإذاعية** " حيث بلغت قيمة (t) (9.419) وبنسبة تأثير (0.295)، وجاء بالدرجة الأخيرة بعد " **امكانية الحصول على الخدمة الإذاعية** " حيث بلغت قيمة (t) (5.587) وبنسبة تأثير(0.186) . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة السلعوس(2008).

2-5 التوصيات والمقترحات

تسمح النتائج السابقة بالتقدم بمجموعة التوصيات التالية، بعضها للمؤسسات العامة والخاصة نفسها، وبعضها للبرامج الإعلامية الإذاعية، وأخرى للمجتمع البحثي.

1-2-5 التوصيات الخاصة بالمؤسسات العامة والخاصة

تنبثق التوصيات أدناه من المجالات الأكثر ضعفاً، أظهرتها الدراسة، وهي ضرورة إعطاء الشركات أهمية للمجالات الآتية:

1- ضرورة زيادة اهتمام المؤسسات العامة والخاصة بالقضايا العامة التي تهم المواطن باهتمام ومسؤولية.
2- الاستجابة السريعة لحل شكاوى المواطنين بشكل عملي وفعلي، وبمصداقية عالية، وبموضوعية، وعدم تجريم المشتكين والأساة إليهم.
3- تنشيط دور الأجهزة الإعلامية والعلاقات العامة تفعيله، ومتابعة جهود البرامج الإعلامية الإذاعية لحل المشاكل التي تواجه المواطنين.
4- توسيع التعاون بين البرامج الإعلامية الإذاعية وبين المؤسسات العامة والخاصة.

2-2-5 التوصيات الخاصة بالبرامج الإعلامية الإذاعية

- التركيز على الشكاوي التي تهم الوطن والمواطن، وعدم القيام بطرح شكاوي روتينية متكررة.
- العمل على عدم قيام البرامج الإعلامية الإذاعية بإجراءات تتسبب في مضايقة المواطن عند تقديم شكواه.

- تخصيص فترة زمنية أطول ليتمكن المواطنين من طرح شكاويهم وتنويعها (فتـــرة صباحية وأخرى مسائية)، وتصنيف الشكاوي حسب طبيعتها (خدمية، صـــناعية، تجارية) وحسب تبعية المؤسسات (قطاع عام، قطاع خاص)
- توفير استجابة أسرع، واستقبال أسرع للمكالمات الهاتفيـــة بخـــصوص شـــكاوى المواطنين وبدون تأخير.
- زيادة عدد العاملين في البرامج الإعلامية، واعتماد آليات متطورة أكثـــر وتفعيـــل دورها عبر المواقع الإلكترونية.
- العمل على الاحتفاظ بأرشيف البرامج الإعلامية الإذاعية التي تتعلق بالـــشكاوي لمدة سنة على الأقل.
- العمل على إجراء بحوث ودراسات لمتابعة ومدى تطور أداء المؤسسات العامـــة والخاصة التي تعرضت للشكاوي، ومعرفـــة مـــدى اســـتجابة ومـــصداقية تلـــك المؤسسات في حل المشكلات التي تواجه المواطنين.
- العمل على إعطاء البرامج الإعلامية الإذاعية صلاحيات أكثر لتتمكن للتأكد من أن استجابة المؤسسات العامة والخاصة وصوبت أوضاعها بصورة سريعة.

3-2-5 مقترحات خاصة بأبحاث مستقبلية

كما يوصي الباحث بإجراء أبحاث مستقبلية منها:

- معوقات البرامج الإعلامية الإذاعية.
- تقييم مدى التعاون البرامج الإعلامية والإذاعية وبين المؤسسات العامة والخاصة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

الكتب:

1- منصور إياد شوكت ،**إدارة خدمة العملاء**،(ط1)، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2008.

2- الزيادات محمد وسوسن مجيد ، **إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم**، ط1، دارالمناهج للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2007.

3- توفيق محمد عبد المحسن، **قياس الجودة والقياس المقارن**، ط 2، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.

4- **خضير كاظم حمود**،**إدارة الجودةوخدمة العملاء**،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان - الأردن ، 2003.

5- فلحي،، محمد، **صناعة العقل في عصر الشاشة**، (ط1)، عمان، الدار العلمية الدولية للنشر،(2002).

6- مشارفة، تيسير،**مدخل إلى الدراسات الإعلامية**، ط2، داربيت المقدس للنشر، رام الله، 2002.

7- عقلي عمر وصفي ، **مدخل الى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة**، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2001.

8- الدرادكة مأمون واخرون،**ادارة الجودة الشاملة**،**عمان**، ط2، دار الصفاء للنشروالتوزيع، عمان - الأردن ، **2001.**

9- أبو الأصبع، صالح، **الاتصال الجماهيري**،ط 1، دار الشروق، عمان - الأردن، 1999.

10- محمد حجاب،**الإعلام والتنمية الشاملة**،دار الفجر للنشر والتوزيع،عمان- الأردن، 1998.

11- محمد عبد الحميد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**،عالم الكتب، القاهرة، 1997.

12- حمزة عبد اللطيف ، **الإعلام: تاريخه ومذاهبه** ، دار الفكر العربى، القاهرة، 1995 .

13- القليني السمري، سوزان وهبة الله، **انتاج البرامج للراديو والتلفزيون**، (ط1)، دار النيل للطباعة، القاهرة، 1993.

14- محمد معوض،**فنون العمل التلفزيوني**،(ط1)، القاهرة دار الفكر العربي، القاهرة، 1986 .

15- الغلاييني محمد موفق ، **وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة،** ط1، دار المنار،جدة ، 1985**.**

16- بورتيسكس، وآخرون، **الصحافة والتلفزيون،** (ط1)، ترجمة ابتسام علوان، بغداد،1978.

17- إمام إبراهيم ، **الإعلام والاتصال بالجماهير،** ط2، دار الانجلو للنشر والتوزيع، القاهرة، 1975.

18- عبد القادر محمد ، **الأعلام والدعاية نظريات وتجارب الرأي العام،** ط1، دارالأنجلو للنشر، القاهرة، 1972.

19- شيك السيد ، **أصل الإعلام،** ترجمة عادل الصوا ، منشورات وزارة الثقافة، دمشق ، 1971.

20- رشتي جيهان ، **الإعلام ونظريات في العصر الحديث،** ط1، دار الفكر، القاهرة،1971**.**

الرسائل العلمية

1- العبيلي خليل ابراهيم محمد ، **مدى استفادة الأجهزة الحكومية الخدمية من البحوث الأكاديمية المعدة عنها،** رسالة ماجستير في الادارة العامة، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2006.

2- أبو حسان، سلطان فارس سليم، **دور التلفزيون الاردني في خدمة المجتمع المحلي،** رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.

3- آل ثاني فيصل بن جاسم الاحمد ، **إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية ما بين (2004- 2006)،** رسالة ماجستير،جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2006.

الدوريات والمجلات

1. القضاة محمد ، سحر خميس، **الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي**: دراسة ميدانية على طلبة جامعتي قطر واليرموك ، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية ، مجلد(1)، العدد(1)، 2008، ص 28- 66.

2. السلعوس محمد هاشم ، **واقع برنامج البث المباشر في اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية** : دراسة في الإعلام الإذاعي، مجلة كلية التربية، جامعة المستنصرية - بغداد، العدد الاول، 1998، ص 69 - 100.

3. السلعوس محمد هاشم ، **برنامج بصراحة مع الوكيل همزة وصل بين المواطن والمسؤول**، بحث ميداني في الاعلام الاذاعي مقبول للنشرفي مجلة أبحاث اليرموك/اربد، جامعة اليرموك كلية الصحافة والاعلام، الاردن، 2008.

4. دراسة المركزالعربي للبحوث والدراسات الاستشارية، **الاعلام التلفزيوني الفضائي**، جمهورية مصر العربية، 2003.

5. عبد الوهاب محمد عبد الحميد أحمد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد89، اكتوبر1997، ص 199-220.

6. السعد مسلم علاوي ، **تحسين النوعية في المنشآت العامة للصناعات الورقية"**، آفاق إقتصادية، المجلد 19، العدد 74 ، 1998 ، ص 83.

7. القحطاني ،سالم سعيد، **ادارة الجودة الكلية وامكانية تطبيقها في القطاع الحكومي**، مجلة الإدارة العامة، عدد78، ابريل 1993.

8. الخلف، عبد الله بن موسى ،**" ثالوث التمييز: تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية"**، مجلةالإدارة العامة، المجلد (37)، العدد (1)، 1997.

المؤتمرات والصحف

1- تركستاني عبد العزيز ، **دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصور الذهنية للمملكة**، الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، صورة، المملكة العربية السعودية في العالم ،2004 م.

2- محمد إبراهيم . **أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته الإسلامية**. المجلد الرابع من بحوث المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة المتفق عام 1397هـ.

3- شلبية، محمود، مجموعة محاضرات ألقيت على طلبة ماجستير الاعلام جامعة في الشرق الاوسط، مساق **الاخبار والتقارير الاخبارية للاذاعة والتلفزيون**، غير منشورة، عمان(2007).

4- الإذاعة حين تفقد دورها بفعل توغل الصورة مركز حماية وحرية الصحفيين الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان الاردن 2005 .

5- جريدة الدستور، 8 كانون الأول ، 14929العدد رقم / 2009.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Books

1. Sekaran, Uma " Research Methods For Business: A Skill-Building Approach, 4th Ed, John Wiley & Sons Inc, New York, 2003.

2. Collins,Frank C., **“Quality : The Ball in Your Court” Second Edition , Tata MC Graw** – Hill Publishing Company Limited, New Delhi, 1995.

3. Goetsch, David L.and David Stanly, “Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness”. Prentice Hall International, Inc, 1994.

4. Hicks, Philip, E., Industrial Organizational and Management: Anew Perspective, 2nd, ed, Singapora, Mc Grow - Hill. Inc. 1994.

5. Juran, J.M.& Frank M. Gryna, Quality Planning and Analysis, (3rd) McGrow – Hill, Inc, N.Y, 1993.

6. Fiegenbaum, Armond V., Total Quality Control, (3rd ed), McGraw – Hill, Inc., Singapore, 1991.

Journals & Thesis

1- Afsheen Chitnis ," **satisfaction formation process for Iranian Airline Passengers**: Case of Iran Air", MASTER THESIS, Lulea University of Technology, 2006.

2- Adam J.1., Everett E., and Others , “**An International Study of Quality Improvement Approach and Firm Performance**”, International Journal of Operation and Production Management, Vol 17, No 9, 1997, P842 – 873.

3- A. Parasuraman ,Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry " **SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality**", Journal of Retailing , Vol.64 ,No.1 ,1988, P12 - 40.

4- Leonard L. Berry , A. Parasuraman , and Valarie A. Zeithaml " **The Service-Quality Puzzle**" Business Horizons , Vol.31 , Issue.5 , Sep-Oct , 1988 , P 35 – 43.

5- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry, "**A Conceptual Model of Service Quality and its Implications For Future Research** "Journal of Marketing, Vol.49, Fall , 1985 , P41 - 50.

Web Sites:

1. http://www.anhri.net/jordan/cdfi/2005/pr0115.shtml 11/9/2009, 10:50 Pm .
2. arhiva.cna.ro/english/imas_study.pdf 16/8/2009, 06:40 Pm .
3. www.20at.com 15/9/2009, 04:40 Pm.

الملاحق

ملحق رقم (1)
أداة القياس (الاستبانه)

جامعة آل البيت

كلية إدارة المال والأعمال

قسم إدارة الأعمال

أخي الفاضل / أختي الفاضلة ....

تحية طيبة وبعد ،،،

يرجى التفضل، بالعلم بأنني وفي إطار إعداد رسالة الماجستير في جامعة آل البيت قمت بإعداد استبانه تهدف إلى قياس اثر البرامج الإعلامية الإذاعية على جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة، علماً بأن المقصود بالبرنامج الإعلامي الإذاعي هو ذلك البرنامج الذي يبث كل صباح أو كل مساء يتناول قضايا الوطن والمواطن على الهواء مباشرة.

تهدف الدراسة إلي معرفة أراء المواطنين حول اثر البرامج الإعلامية الأردنية على جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة ، ويتوقع الباحث أن تعود هذه الدراسة بالفائدة على المؤسسات العامة والخاصة الأردنية وأن تخدم العديد من المهتمين والباحثين في مجال البرامج الإعلامية وجودة الخدمات .

وأن حرصكم على تقديم البيانات والمعلومات المطلوبة بدقة وموضوعية سيساهم ولا شك في التوصل إلى نتائج أفضل، وبالتالي مساعدة الباحث في التوصل إلى نتائج أدق وتقديم توصيات ذات فائدة أكبر. لذا نرجو، التكرم بالتأشير على فقرات الاستمارة المرفقة، وبما يتناسب والواقع.

نرجو العلم، بأن البيانات والمعلومات التي ستوفرونها لهذه الدراسة ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي، وستعامل بسرية تامة، وسيتم تزويدكم بنتائج الدراسة في حالة الانتهاء منها إذا رغبتم بالإطلاع عليها.

شاكرين لكم حسن تعاونكم ،،،

د. وليد مجلي العواوده — ***المشرف الرئيس***

د. سالم سفاح العون — **المشرف المشارك**

الباحث

الشريف محمد عبد الجواد السيد

alshref770@hotmail.com

نرغب في الحصول على نتائج الدراسة	لا نرغب في الحصول على نتائج الدراسة

الجزء الأول: المتغيرات الديمغرافية

1- النوع: ذكر ☐ أنثى ☐

2- العمر:

اقل من 30 سنة ☐ من 30 الى اقل من40 سنة ☐

من 40الى اقل50 سنة ☐ 50 سنة فاكثر ☐

3- الحالة الاجتماعية: متزوج ☐ اعزب ☐

4- المستوى التعليمي:

ثانوية عامة واقل ☐ دبلوم كلية مجتمع ☐

بكالوريوس ☐ دراسات عليا ☐

5- مكان العمل:

قطاع عام ☐ قطاع خاص ☐

بدون عمل ☐ متقاعد ☐

6- مكان السكن:

عمان الشرقية ☐ عمان الغربية ☐

7- تَتبع المؤسسة(الشركة، الهيئة) التي قمت بتقديم شكوى عنها للقطاع :

العام ☐

الخاص ☐

8- اسم البرنامج الإذاعي الذي قدمت الشكوى من خلاله: ....

9- تندرج طبيعة الشكوى التى قمت بتقديمها للبرنامج الاعلامي الاذاعي من ضمن الشكاوي :

الخدمية ☐ التجارية ☐

الصناعية ☐ الاستخراجية ☐

غير ذالك اذكرها ....

الجزء الثاني:

المتغيرات المستقلة : أبعاد البرامج الاعلامية الاردنية

الرجاء وضع إشارة (X) داخل مربع الإجابة الذي تراه مناسباً من وجهة نظرك:

أولاً : آالية طرح الشكاوى وتناولها

الرقم	الفقـــــــــــــــرة	درجة الموافقـــــــــــــــــــــة				
		موافـق بشده	موافـق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـق أطلاقاً
-1	**تعتمد البرامج الاعلامية الاذاعية على آليـــة متطـورة فـــي طـــرح الشكاوي وتناولهـــا (إتـــصال مباشـــر، بريـــد الكترونـــي، رســـائل الكترونية).**					
-2	**تقوم البرامج الاعلامية الاذاعية بتناول شكاوى هامة تمثـــل همـــوم الوطن والمواطن.**					
-3	**تأخذ البرامج الاعلامية الاذاعية بعين الاعتبار التفاصـــيل لمتعلقـــة بالشكاوي المقدمة.**					
-4	**تطرح البرامج الاعلامية الاذاعية حلول قابلة للتطبيق للشكاوى التي تناولتها .**					
-5	**تُتابع البرامج الاعلامية الاذاعية هموم وقضايا الـــوطن والمـــواطن بشكل يومي وفعال.**					
-6	**تقوم البرامج الاعلامية الاذاعية بطرح شكاوي روتينية ومتكررة.**					

ثانياً : إمكانية الحصول على الخدمة الإذاعية

الرقم	الفقـــــــــــــــرة	درجة الموافقـــــــــــــــــــــة				
		موافـق بشده	موافـق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـق أطلاقاً
-1	تخصص البرامج الاعلامية الاذاعية فترة زمنية كافيـــة لطـــرح الشكاوي المقدمة من المواطن.					
-2	تقدم البرامج الاعلامية الاذاعية في أوقات متنوعة تتناسب مـــع أوقات المواطنين.					
-3	تقوم البرامج الاعلامية الاذاعية باستضافة المسؤول مباشرة على الهواء لتلقي الشكوى.					

-4	تتم عملية تلقي الشكاوى دون ان تتسبب في مضايقة المـــواطن عند تقديم شكواه.					
-5	الإخراج العام للبرنامج الإعلامي والإذاعي مناسب (صــوت، ..الخ).					
-6	يعد مستوى الاداء في البرامج مناسب وعلمي.					

<u>ثالثاً : كفاءة القائمين على البرامج الاعلامية</u>

الرقم	الفقـــــــــــــرة	درجة الموافقـــــــــــــــــة				
		موافـق بـشده	موافـق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافــق أطلاقاً
-1	يتمتع القائمين على البرامج الاذاعية بخبرة وكفاءة عاليـــة فـــي تحديد موضوع الشكوى وتفهمها.					
-2	يتم التعامل من قبل القائمين على البرامج مع جميـــع شـــكاوى المواطنين بعدالة وانصاف بغض النظر عن طبيعة المؤسسة او الشركة التي تتم الشكوى بشأنها.					
-3	يتم التعامل من قبل القائمين على البرامج مع جميـــع شـــكاوى المواطنين بعدالة وانصاف بغض النظر عن طبيعـــة المـــشتكي علية وموقعه الوظيفي.					
-4	يتم استقبال المكالمات الهاتفية في البرامج الاعلاميـــة الاذاعيـــة بشأن شكاوى المواطنين بدون تأخير.					
-5	يتبني القائمين على البرامج الاعلامية الاذاعية الموضوعية التامة في طرح الشكاوى المقدمة.					

الجزء الثالث:

المتغيرات التابعة : أبعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العامة والخاصة

الرجاء وضع إشارة (X) داخل مربع الإجابة الذي تراه مناسباً من وجهة نظرك:

أولاً : الاستجابة

الرقم	الفقـــــــــــــرة	درجة الموافقـــــــــــــــــــــــة				
		موافـق بشده	موافـق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـق أطلاقاً
-1	تأخذ المؤسسات شكواى المواطنين عبر البـــرامج الاعلاميـــة الاذاعية بجدية.					
-2	تستجيب المؤسسات بسرعة لحل شكاوى المواطنين.					
-3	تستجيب المؤسسات لشكاوى المواطنين باهتمام ومسؤولية.					
-4	ساهمت البرامج الاعلامية الاذاعية في الحد من المماطلة فـــي تقديم الخدمات المقدمة من المؤسسات.					
-5	عملت المؤسسة على رفع قدراتها نتيجة لشكاوى المواطنين.					

ثانياً : الامان

الرقم	الفقـــــــــــــرة	درجة الموافقـــــــــــــــــــــــة				
		موافـق بشده	موافـق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـق أطلاقاً
-1	اصبح العاملين في المؤسسات يقدمون الخدمات للمواطنين حسب أولوية دخولهم المؤسسة وبدون تجاوزات.					
-2	توفر البرامج الاعلامية الاذاعية الحماية للمواطن من المؤسسات التي تقدم شكوى بحقها.					
-3	توفر البرامج الاعلامية الاذاعية الحماية للمواطن من الأشخاص الذين يشغلون مناصب عليا في ادارات المؤسسات المشكوة.					
-4	أصبحت المؤسسة تقدم خدمات خالية من المخاطر.					

ثالثاً : المصداقية						
الرقم	الفقـــــــــــــرة	درجة الموافقـــــــــــــــة				
		موافـق بشده	موافـق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافــق أطلاقاً
-1	تعمل المؤسسات على حل المشكلات بشكل عملي وفعلي.					
-2	تقوم المؤسسات على حل المشكلات بدقة وشفافية.					
-3	تتحمل المؤسسات المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالتزامتها اتجـــاه المجتمع في حل المشكلات المتعلقة بها.					
-4	يعتبر طرح المشكلات التي تواجه المجتمع في البرامج الاعلامية الاذاعية وسيلة مناسبة لايجاد الحلول لها					

ملحق رقم(2)

أسماء الأساتذة الأفاضل الذين قاموا بتحكيم الاستبانه.

معالـــي الدكتـــــــور نبيـــــل الشريـــــــف	وزير الدولة لشؤون الإعلام والاتــصال الناطق الرسمي باسم الحكومه
سعـــــادة الدكتــــــور بكـــــر خازر المجــــالي	دائرة الإعلام الديوان الملكــي الهاشــمي العامر
أ.د. عبد الحميد حمام	الجامعة الأردنية
أ.د. محمد هاشم السلعوس	جامعة اليرموك
د. محمد المحتسب	جامعة اليرموك
د. وليد مجلي العواوده	جامعة آل البيت
د. سالم سفاح العون	جامعة آل البيت
د. سليمان الحوري	جامعة آل البيت
د. ابراهيم البطاينة	جامعة آل البيت
د. قاسم العواقلة	جامعة آل البيت
د. رياض أبا زيد	جامعة آل البيت
د. محمد الروابدة	جامعة آل البيت
د. نايف حداد	الجامعة الهاشمية

ملحق رقم (3)
أسماء البرامج الاعلامية مجتمع الدراسة

الرقم	اســــــم البرنامــج
1	برنامج البث المباشر
2	برنامج بصراحة مع الوكيل
3	البرنامج المفتوح أمن إف – إم (الامن العام)
4	برنامج صوت حياة إف – إم

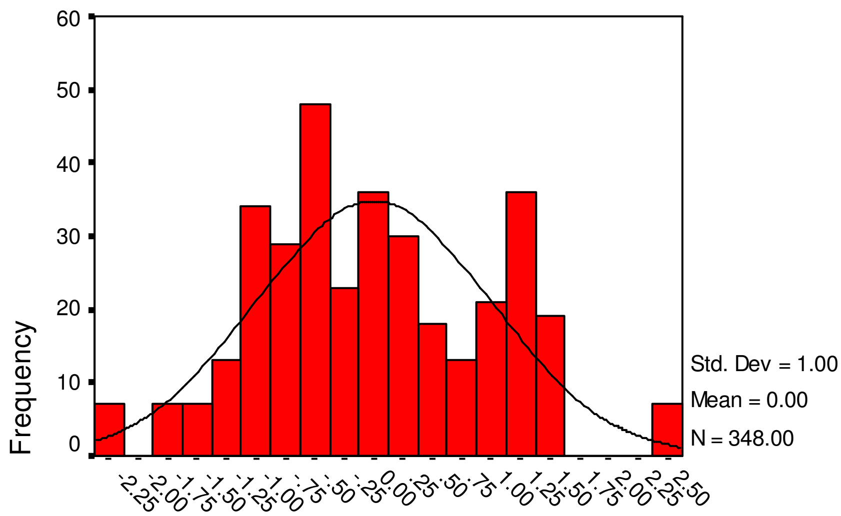
ملحق رقم (4)
أسماء الشخصيات الذين تمت مقابلتهم

الرقم	الاســــــــم
1	السيد فضل معارك مقدم برنامج البث المباشر.
2	السيد حاتم الكسواني مدير البرامج في الإذاعة الأردنية.
3	السيد عصام العمري مقدم البرنامج المفتوح مدير إذاعة أمن إف إم الأمن العام.
4	السيد احمد سلطان من برنامج صوت حياة.
5	السيدة نادية الدعجة من برنامج بصراحة مع الوكيل.

الملحق رقم(5)
الملحق الاحصائي

Histogram

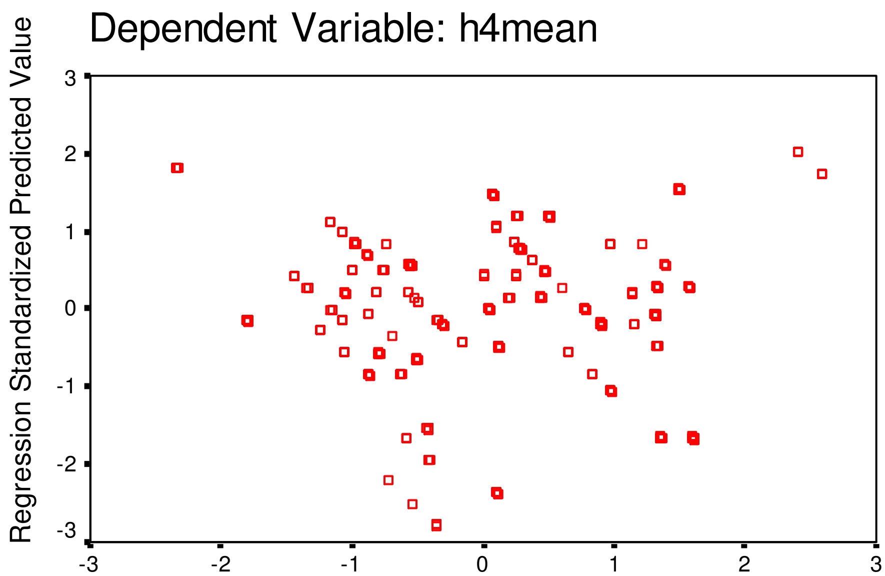
Dependent Variable: h4mean



Regression Standardized Residual

Scatterplot

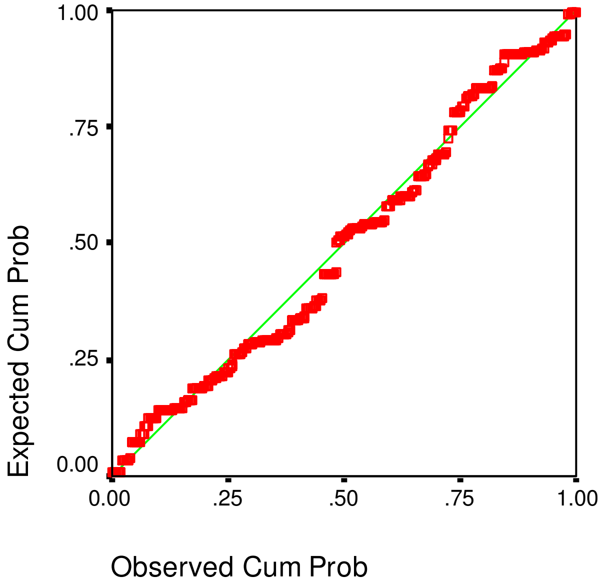
Dependent Variable: h4mean



Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Standa

Dependent Variable: h4mean



Coefficients

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
h1mean	.978	1.022
h2mean	.989	1.011
h3mean	.987	1.013

a Dependent Variable: h4mean

Abstract

Impact of Efficiency of Jordanian Radio Programs in the Quality of the Services Provided by the public and private Institutions:

A Field Study

By

Alshareef Mohammad Abd Al-Jawad Aalssyed

Supervisors:

Dr. Waleed Majlli Al-Awawdeh - Main Supervisor

Dr. Salem Saffah Aloun - Participant Supervisor

This study aimed at learning evaluating the measurement of the impact of the Jordanian radio programs on the quality of the services provided by the public and private organizations. This study had measure three dimensions (indicators) to the Jordanian radio programs: the mechanism of issues tackling, the ability to gain radio service, and the efficiency of the radio programs staff, in addition to, three other dimensions (indicators) which included response, assurance and credibility.

The field of the study consisted of the citizens who presented their problems to the public and private organizations through four radio programs. For the purpose of studying and analyzing the field of the study, the researcher adopted the random sample method and a questionnaire that was used to gather the main data.

The questionnaire was distributed to the studied group through the radio media programs. 375 questionnaires were distributed, 360 out of 375 were retained, and it was found that 348 questionnaires were at a good condition for the purpose of the statistical analysis. The researcher used many statistical analysis methods in his research such as the descriptive method and multi regression method.

The study have at many results, the most prominent one was that there was a relationship between radio media programs and the services provided by the public

and private organization at a high level of (3. 83).The mechanism of issues tackling was at first, followed by the efficiency of the radio programs staff, and then by the ability to gain radio service. The study also found that the public and private organizations enjoyed a high level of service providing at (3.52). The mean for credibility indicator was at first, followed by the assurance indicator and then the response indicator. The most prominent impact was the variable of issue tackling mechanism provided by the public and private organizations at the impact level of (0, 572), followed by the variable of the efficiency of the radio programs staff on (0, 295), and finally the variable of the ability to gain radio service at (0. 186). Furthermore, the study found that there was a strong positive correlation of statistical significance between the Jordanian radio programs and the dimensions of the quality provided by the public and private organizations at the significance indication ($\alpha \leq 0.05$) with the assurance level of 95%. The study came out with set results concerning the organizations exposed to complain and future researches on the basis of their results.

Key words: radio programs, the reporter, the responsible, the quality of services.